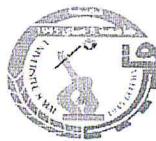


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها

- قناة النهار نموذجا -

دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي 1945 ب قالمة

إشراف الأستاذة:

بوزيادة فيروز

إعداد الطلبة:

- قاسي علاء الدين
- زويدي ايمن
- بوغاتي ادريس

السنة الجامعية: 2016-2017

## شُكْر و مَرْفَان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قَالَ اللَّهُ تَعَالَى : " وَ قُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرِي اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَ رَسُولُهُ وَ الْمُؤْمِنُونَ " .

وَ قَالَ أَيْضًا : " أَنَّمَا يَنْهَا اللَّهُ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ " .

أَنَّ الشُّكْرَ كُلَّ الشُّكْرِ ، وَ الْمَحْمَدَ كُلَّ الْمَحْمَدِ لِلَّهِ تَعَالَى ، بِارْتِبَاطِهِ مُسْبِبِ أَسْبَابِ نِجَاحِنَا وَ أَنَّ مِنْ أَسْبَابِ نِجَاحِنَا  
أَشْخَاصٌ وَ قَوْمًا إِلَيْهِمْ جَاءَنَا وَ اذْرَوْنَا وَ ابْدَلْنَا وَ نَصَدَوْنَا ، وَ قَوْمُونَا .

نَتَقَدِّمُ بِظَالِّ التَّقْدِيرِ وَ الْإِحْتِرَامِ إِلَيْهِ أَسْتَأْتِنُّا الْكَرِيمَةَ " بِوزِيْدَةِ فِيْرُوزَ " لِجَهْوَدِهَا الطَّيِّبَةِ الَّتِي لَمْ يَبْخُلْ عَلَيْنَا  
بِنَصَائِحِهَا الْبَيِّنَاتِ وَ ارْشَادِهَا الْقِيمَةِ .

حَتَّى كَانَتْ ثَمَرَةُ نِصَائِحِهِ فِي الْعَمَلِ الْمُتَوَاضِعِ وَ الْذِي نَسْعَهُ بَيْنَ أَيْدِيهِمْ لِلْاسْتِفَادَةِ وَ الْإِفَادةِ .

كَمَا نَتَقَدِّمُ بِالشُّكْرِ وَ التَّقْدِيرِ إِلَيْهِ أَسْتَأْتِنُّ الْفَاضِلِ حَمْوَشَ عَبْدِ الرَّزَاقِ الَّذِي أَنْهَى مَذْكُورَتِنَا وَ لَمْ يَبْخُلْ عَلَيْنَا  
بِشَيْءٍ .

الاهداء :

بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم و على الله و صحبه الميامين و من  
تبعهم بإحسان الى يوم الدين و بعد :

الى من لم يدخل نفسا في تربيتي و رعايتي والدي الكريمين

الى اخوتي هاجر ، أنس ، ملاك ، الذين أسعد بهم في حياتي

الى عائلتي الكبيرة أجدادي و أبنائهم و خالتى المغتربة و ابنيها ادم ، و دينة

الى أحبابي و أصدقائي و زملائي في الدراسة

"أمين ، وليد ، خالد ، حسين ، صلاح الدين ، ياسر ، علاء الدين ، طارق..."

ثم الى كل من يعرفي و نصحي و الى من شاركتني عملي هذا زميلي ادريس و ايمان

ثم أخص أستاذى الكريمين : الأستاذ حموش عبد الرزاق و الأستاذة بوزيدة فiroz الدين لم يبخلا  
 علينا و شاركونا فرحة النجاح

أرجو أن يكون بحثنا هذا خالصاً لوجه الله و أن تكون فيه الفائدة ، و أن يغفر الله لنا زلاتنا فيه ،  
 و أن يكتبنا مع طلبة العلم اتباعاً لسنة نبيه الكريم عليه أفضل الصلاة و السلام .

فاسي علاء الدين .

١٢٦

لِي مِنْ جَرَعِ الْكَأْسِ فَارِغًا لِيسْقِينِي قَطْرَةُ حَبٍ  
لِي مِنْ كُلْتِ أَنْهَلِي لِيَقْدِمْ لِنَا خَلْقَةُ سَعَادَةٍ  
لِي مِنْ حَصْرِ الْأَشْوَارِ كَعْنِ دِينِي لِيَحْمِدِي طَرِيقَ الْعِلْمِ  
لِي الْقَلْبُ الْكَبِيرُ (وَالْمَرْءُ الْعَزِيزُ)

لی من اڑ ضعتنی لحب و لحنان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ وَرَحْمَةِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

في القلوب الطاهرة الرقيقة والأنفوس البريئة إلى رياحين حياتي أحلى

(كريمۃ، هجیرۃ، نوح، ئیوب)

لـ صـدـيقـي العـزيـز بـونـابـ مـفـدى الـذـي فـارـق الـحـيـاـة رـحـمـه اللـهـ

الآن تفتح الأشرعة وترفع الستارة لتنطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو بحر الحياة في هذهظلمة لا يضيء إلا قنديل الذكريات ذكريات  
الأشورة البعيدة لليمن أحببتم واحببوني **صدقاني**

أوجده تحياتي لكل من الشيخ سمير فنيسي، لياس عاشور (اللذان كانا لي قدوة في الحياة).

وَأَصْرَقَانِي

(غاني، صبرى، ياسر، زهر، حليم، حمزة، علاء، عماد، ميدو، محمد، زهير)

دوشنبه

# إهداع

رَبِّ الْجَنَانِ

"وقل إِعْمَلُوا فَسِيرِي اللَّهُ عَمَلُكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ"

صَدَقَ اللَّهُ العَظِيمُ

لَهِ لَا يُطِيبُ اللَّيلُ إِلَّا بِشُكْرٍ، وَلَا يُطِيبُ النَّهَارُ إِلَّا بِطَاعَتِكَ، وَلَا تُطِيبُ الْحَفَاظُ إِلَّا بِطَاعَتِكَ... وَلَا تُطِيبُ الْأَغْرِةُ  
إِلَّا بِعْفُوكَ... وَلَا تُطِيبُ الْجَنَّةُ إِلَّا بِرَوْنَكَ...

لِي مِنْ بَلْغِ الرِّسَالَةِ وَأُدُوِّيَ الْأَمَانَةِ وَنَصْحِ الْأَمَّةِ، لِي نَبِيُ الرَّحْمَةِ وَنُورُ الْعَالَمِينَ

"سَيِّدُنَا مُحَمَّدُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ"

لِي مِنْ فَطَمْتُ عَلَى قُوَّتِهِ، لِي مِنْ كَانَ الْمُرْشِدُ النَّاصِحُ طَوَّلَ مَشْوارَ حَيَاَتِي، لِي مِنْ عَلِمْنِي فَضَائِلُ الْأَخْلَاقِ وَوَرْوَسُ الْحَيَاَةِ، وَعَلِمْنِي أَنَّ  
الْحَيَاَةُ أَخْذُ وَعَطَاءَ، إِلَيْكَ يَا سَرَاجَ لَيْلِي أَخْنَنِي تَوَاضِعًا أَهْدِيكَ ثُمَّةً تَرْقِيَكَ طَوَّلَ مَشْوارِي الدِّرَاسِيِّ "ابْنِ حَفْظَهُ اللَّهُ"

لِي الشَّمْعَةُ الَّتِي إِعْتَرَقْتُ وَضَحَّتْ مِنْ أَبْجِلِي، لِي الَّتِي لَا أَجْدُ الْعَبَادَاتِ وَالْكَلِمَاتِ لِوَصْفِ حَبِّي لِهَا، لِي الصَّدَرُ الْحَنُونُ، لِي  
الَّتِي قَيَّدَ عَنْهَا أَنَّ الْجَنَّةَ تَحْتَ أَقْدَامِهَا" ابْنِ الْعَزِيزَةِ حَفْظَهُ اللَّهُ"

لِي أَجْمَلُ هُدْيَةٍ مِنَ اللَّهِ أَخْيَ عَادِلٌ وَأَخْتِي وَصُورِيَّةٌ وَبَنِيجَاهُ مُحَمَّدٌ إِسْلَامٌ وَعَبْدُ الْجَلِيلِ.

لِي نَصْفِي الثَّانِي زَوْجِي رَمْزِي الْدِي وَعَمْنِي وَوَقْفُ بَجَانِي فِي وَقْتِ لَطَّافِا كُنْتُ مُحْتَاجَةً لَهُ كَمَا لَا أَنْسِي إِيْضًا ابْنِي الثَّانِيَةِ وَابْنِي  
(والدُّ زَوْجِي) الْلَّدَانَ وَعَمَانِي بِكُلِّ مَا بَلَوْ سَعْيَهُ رَغْبَةً مُخْتَمِّ فِي تَحْقِيقِ خَاجِي قَدْرٍ.

لِي كُلُّ مِنْ نَطْقِ لِسَانِهِ بِكُلِّهِ التَّوْحِيدِ وَصِرْقَاهُ قَلْبِهِ

لِي كُلُّ هُولَاءِ أَهْدِي ثُمَّةً نَجَاحِي

إِيمَانٌ

## فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	شكرا و عرفة
	الاحداث
أ - ب	المقدمة
4	الفصل الأول : الاطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة .
4	أولا : الاشكالية و اطارها المنهجي
4	1- تحديد الاشكالية
5	2- أهمية الدراسة
5	3- أهداف الدراسة
6	4- أسباب اختيار الموضوع
6	5- نوع الدراسة
7	6- منهج الدراسة
8	7- عينة الدراسة
9	8- مجال الدراسة
10	9- أدوات جمع البيانات
11	10- ضبط المفاهيم
18	11- الدراسات السابقة أو المشابهة
24	12- صعوبات الدراسة
25	ثانيا : المدخل النظري
25	1- مفهوم نظرية الغرس الثقافي
25	2- نشأة نظرية الغرس الثقافي
26	3- فروض نظرية الغرس الثقافي
28	4- الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي

31	<b>الفصل الثاني : صورة القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر</b>
31	<b>المبحث الأول : مدخل الى الصورة الذهنية</b>
31	1- لمحات تاريخية عن الصورة الذهنية
32	2- خصائص الصورة الذهنية
36	3- أنواع الصورة الذهنية
38	4- وظائف الصورة الذهنية
43	5- أبعاد الصورة الذهنية
44	6- عناصر بناء الصورة الذهنية
46	7- تأثيرات الصورة الذهنية
47	8- دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية
52	<b>المبحث الثاني: مدخل الى البث الفضائي التلفزيوني</b>
52	1- نشأة البث الفضائي
54	2- أهمية القنوات الفضائية
56	3- أهداف البث الفضائي
57	4- إيجابيات القنوات الفضائية
59	5- سلبيات البث الفضائي
63	<b>المبحث الثالث : القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر</b>
63	1- لمحات تاريخية عن القطاع السمعي البصري بالجزائر
70	2- نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
82	3- أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
82	4- إيجابيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
83	5- سلبيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
86	<b>الفصل الرابع : تحليل البيانات الميدانية</b>
88	1- تفريغ و تحليل البيانات الميدانية
89	1-1- معلومات خاصة ببيانات الأولية
92	2-1- معلومات متعلقة بعادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة.
99	3-1- معلومات متعلقة بعادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة قناة النهار TV
107	4-1- معلومات متعلقة بصورة القنوات الجزائرية الخاصة و منها قناة النهار TV لدى

	المشاهد الجزائري .
126	<b>2- النتائج الجزئية للدراسة</b>
126	1- النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الأول
126	2- النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثاني
127	3- النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثالث
128	<b>3- النتائج العامة للدراسة</b>
130	توصيات
132	الخاتمة
-	قائمة المراجع و المصادر
-	قائمة الملحق

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
	توزيع العينة	01
92	توزيع الطلبة من حيث الجنس	02
93	تقسيم الطلبة حسب السن	03
94	تقسيم الطلبة حسب المستوى التعليمي	04
95	مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة	05
96	المدة الزمنية المقضية في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة	06
97	فضيل مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة	07
98	الوسيلة المفضلة في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة	08
99	القنوات الجزائرية الخاصة المفضل مشاهدتها	09
100	البرامج المفضل مشاهدتها عبر القنوات الجزائرية الخاصة	10
101	البرامج المفضل مشاهدتها عبر القنوات الجزائرية الخاصة	11
102	مشاهدة قناة النهار " تي في "	12
103	المدة الزمنية المقضية في مشاهدة قناة النهار " تي في "	13
104	الوسيط الاعلامي المستخدم في مشاهدة قناة النهار " تي في "	14
105	د الواقع مشاهدة قناة النهار " تي في "	15
106	المدة متابعة قناة النهار " تي في "	16
107	تلبية قناة النهار " تي في " حاجيات المتلقين	17
108	فترقة مشاهدة قناة النهار " تي في "	18
109	الدافع الذي يجعل المشاهد يتعرض لقناة النهار " تي في "	19
110	التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة يؤدي الى تشكيل صورة محددة لدى المشاهد	20
111	طبيعة الصورة المشكلة عند التعرض للقنوات الجزائرية الخاصة	21
112	مصادر تكوين أو تشكيل الصورة عند المتلقى أو المشاهد	22
113	كثافة التعرض لها علاقة بتحديد أو تشكيل الصورة نحو القنوات الجزائرية الخاصة	23

114	الاضافة التي قدمتها القنوات الجزائرية الخاصة للساحة الاعلامية بالجزائر	24
115	منافسة القنوات الجزائرية الخاصة للقنوات العربية الأخرى في جذب المتنائي الجزائري .	25
116	القنوات الجزائرية الخاصة اعلام خبر	26
117	مضامين القنوات الجزائرية الخاصة تتشابه من خلال البرامج التي تعرضها	27
118	قناة النهار " تي في " تحقق السبق الصحفي في نقل الأخبار	28
119	قناة النهار " تي في " صورة طبق الاصل عن الجريدة الورقية	29
120	قناة النهار " تي في " تعتمد كثيرا على أخبار الاثارة و الدعاية في جذب المشاهد	30
121	موضوعية قناة النهار " تي في "	31
122	قناة النهار " تي في " القناة الاخبارية الاولى بالجزائر	32
123	اعتماد قناة النهار " تي في " على كوادر اعلامية ذات كفاءة عالية	33
124	البرامج المقدمة في قناة النهار " تي في " تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري .	34
125	المواضيع التي تطرحها قناة النهار " تي في " تسير وفق اجندة سياسية معينة	35
126	القنوات الجزائرية الخاصة و منها قناة النهار"تي في " لا تتمتع بقدر كاف من الحرية في التعبير .	36
127	قناة النهار"تي في " تقدم مضامين اعلامية هابطة لا ترقى الى ذوق المشاهد الجزائري .	37
128	القنوات الجزائرية الخاصة لا تعد انفتاحا حقيقيا للسمعي البصري كما كان متوقعا	38

# مقدمة

مقدمة:

يعتبر الاعلام عنصرا مهما في حياة المجتمعات البشرية، وازدادت أهمية ودرجة تأثيره وفق المنظور الذي يستخدم فيه ، وهذا بازدياد التقدم العلمي والتكنولوجي ، الذي حول العالم إلى قرية صغيرة ، كما أنه يعد عبارة عن نقل الأخبار والأحداث وتبادل الأفكار بين كافة الناس ، ومع الإنتشار الضخم لم يعد يقتصر على الأخبار والاحاديث فقط، توسيع إلى مهام أخرى منها الترفيهية، خاصة بعد إختراع التلفزيون وهذا لإمتلاكه عدة ميزات فهو يجمع بين الصورة والصوت، أي مخاطبته لحاستي السمع والبصر التي بدورها تسهم في جذب الانتباه و التركيز ، فالإعلام التلفزيوني أصبح يغزو المجتمعات و يؤثر فيها من ناحية السلوكيات و الأفكار ، بسبب إنتشاره الواسع وقدرته على الإبهار والتأثير والامتداد وسيطرته على وقت الناس ، ومن خلال هذا يساهم في رسم التصورات والانطباعات في ذهن المتلقى خاصة إن لم يكن لديه معلومات كافية و مسبقة عن الموضوع، هنا يصبح التأثير أكبر في بناء صورة ذهنية يبني على أساسها مواقفه واتجاهاته.

وتبعا لهاته الانعكاسات يأتي الموضوع الذي يتناول الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص بإعتبار أن القنوات الخاصة الجزائرية التي ظهرت في الساحة تلعب دورا هاما في حياة الفرد الجزائري، بل أصبحت تشكل محورا من محاور حياته وتساهم في تغيير آرائه وتوعيته، كما أخذت القنوات الخاصة الجزائرية معنى جديد تعكسه من خلال البرامج التي تبثها والتي أصبح لها أثر واضح وجلي على المجتمع الجزائري.

حيث ستركز دراستنا على الصورة الذهنية المكونة لدى المتلقى ، من خلال تعرضه للمادة الإعلامية بالإعلام التلفزيوني الخاص.

وفي إطار هذه الأبعاد تتبلور مشكلة هذه الدراسة وأهدافها والتي جاءت في ثلاثة فصول، يعرض الفصل الأول منها الإطار المنهجي للدراسة بدءا بتحديد المشكلة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع مرورا بتحديد المفاهيم، مجالات الدراسة، منهج الدراسة، عينة الدراسة، أدوات جمع البيانات، ثم ظبط المفاهيم، الدراسات السابقة محاولين الاستفادة منها وتقيمها وأخيرا تحدثنا عن اهم الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة. اما الفصل الثاني فتطرقنا الى صورة القنوات القضائية الجزائرية الخاصة من خلال ثلاث مباحث، تناولنا في المبحث الأول مدخل الى الصورة الذهنية من خلال لمحه تاريخية عن الصورة الذهنية بالإضافة الى خصائصها أنواعها ووظائفها وابعادها وعناصر بنائها وتأثيراتها وفي الأخير

دور وسائل الاعلام في تشكيل الصورة الذهنية كما تطرقنا في المبحث الثاني الذي كان تحت عنوان مدخل الى البث الفضائي التلفزيوني حيث تناولنا فيه كل من نشأة البث الفضائي أهميته وأهدافه بالإضافة الى إيجابيات القنوات الفضائية وسلبيات البث الفضائي. وفي الأخير يأتي المبحث الثالث تحت عنوان القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر حيث تناولنا فيه لمحنة تاريخية عن قطاع السمعي البصري في الجزائر ونشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بالإضافة الى أهميتها، إيجابياتها وسلبياتها. اما الفصل الرابع والأخير فقد تناولنا فيه الجانب الميداني للدراسة من خلال عرض البيانات وتحليلها ومناقشة النتائج العامة للدراسة، حيث حاولنا من خلال الاستمرار ان نجيب على الأسئلة ونعلق على النتائج.

# **الفصل الأول:**

## **الاطار المنهجي و مفاهيم الدراسة**

## الفصل الأول : الاطار المنهجي و المفاهيمي للدراسة .

### أولاً : الاشكالية و اطارها المنهجي

#### ١-الاشكالية :

كان للإعلام الجديد و الاستعمالات الفضائية بكلها أشكالها فقرة نوعية و متميزة في قطاع السمعي البصري في مختلف أنحاء دول العالم بشكل عام و في دول العالم الثالث على وجه الخصوص التي من بينها الدول العربية هذه الأخيرة التي تسعى إلى مواكبة التطور الذي تشهده علوم التكنولوجيات الحديثة في قطاع الاعلام و الاتصال بما في ذلك السمعي البصري الذي بدوره كان غالباً نسبياً و جاء متاخراً عن شكله ومضمونه المفترض لدى الدول العربية من بينها الجزائر، و التي كانت الدول الغربية السباقية إليه فقد جاء ذلك نتيجة لوعي المؤسسات الجزائرية العامة و الخاصة التي بأن الاعلام أصبح أكثر من ضرورة باعتباره وسيلة انتاجية ، فحرصت على مواكبة جميع هذه التطورات مما ساعدتها على خلق فضاءات و وظائف جديدة في مجال الأعمال تتلاءم مع المتغيرات الاعلامية المعاصرة.

وفي سياق متصل بُرِزَ في الساحة الاعلامية الوطنية موضوع حاد النقاش، الذي جعل مستقبل الاعلام السمعي البصري حديث الاعلاميين والمختصين و كذا الفاعلين، جاء هذا أثناء خطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة عندما سُئل في غمرة الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 عن فتح السمعي البصري في الجزائر أمام الخواص حيث قال: " هذا تلفزيون الدولة و من أراد أن يقول ما يشاء فعليه أن يمتلك تلفزيوناً خاصاً به " و من هنا بدأت قنوات جزائرية بالظهور لكنها لم تلمس بعد الساحة القانونية الوطنية في مجال السمعي البصري بالإضافة إلى أنها تخضع لقوانين الدول التي نشأت بها.

أحدثت الفضائيات الجزائرية الخاصة تحولات كبيرة على مستوى النشاط الاعلامي في الجزائر حيث خلقت وسائل جديدة للتواصل مع الجمهور ، وقناة النهار وغيرها من القنوات التلفزيونية الأخرى ظهرت نتيجة لفتح قطاع السمعي البصري، وفي وقت قصير نالت نسبة مشاهدة عالية في أواسط الجمهور حسب بعض الإحصائيات ولكن الالتزام بقواعد المهنة في الممارسة الإعلامية للقناة موضوع جدل واسع في أواسط الجمهور والدارسين، و لهذا أردنا من خلال موضوعنا هذا تسليط الضوء على هذا المولود الإعلامي الجديد من القنوات الجزائرية الخاصة محاولين بذلك معرفة صورة هذه القنوات لدى المشاهد الجزائري و من بينها قناة "النهار تي ف؛ي" التي بالرغم من أنها حديثة النشأة في الساحة الاعلامية

الجزائرية إلا أنها أحدثت ولا زالت تحدث جدلاً واسعاً وكبيراً في أوساط المجتمع الجزائري على غرار القنوات الجزائرية الأخرى لنطرب التساؤل التالي : ما هي صورة قناة "النهار" في لدى المشاهد الجزائري ؟ ونتفرغ إلى طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي عادات وانماط مشاهدة المشاهد الجزائري للقنوات الجزائرية الخاصة؟
- 2- هل خلقت هذه القنوات بديلاً اعلامياً للمشاهد الجزائري من خلال إشباع حاجاته؟
- 3- هل تعد هذه القنوات ومنها قناة النهار، صورة طبق الأصل عن الجريدة الورقية من حيث المضمون؟
- 4- هل تعتمد هذه القنوات على أخبار الإثارة والدعائية والاشاعات لجذب المشاهد الجزائري؟

## 2- أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته حيث يطرح نفسه من خلال بروزه بشكل واضح فالحاجة الماسة اليوم إلى توفر المعلومات وكذا التفاعل بين المرسل والمتلقي والدور المهم للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة (قناة النهار نموذجاً) التي برغم من كونها حديثة النشأة إلا أنها حركت المياه الراكدة في الإعلام التلفزيوني الفضائي الجزائري كما يستمد الموضوع كونه يبحث في معرفة صورة قناة النهار لدى المشاهد الجزائري عامة وطلبة الإعلام والاتصال لجامعة قالمة خاصة .

## 3- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة آراء الطلبة الجامعيين المنتسبين إلى حقل علوم الإعلام والاتصال من المشهد الإعلامي السمعي البصري الجزائري الذي دعم بقنوات تلفزيونية تابعة للقطاع الخاص .
- محاولة معرفة إذا ماقدمت قناة النهار في الإضافة المرجوة للإعلام الجزائري أم مجرد ملأ فراغ.
- كشف صورة الفضائيات الجزائرية الخاصة لدى المشاهد الجزائري.
- التعرف عن قرب على تجربة انفتاح السمعي البصري بالجزائر .
- محاولة التحكم في كيفية القيام ببحوث علمية ميدانية خاصة .

#### 4-أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الموضوع لم يأت بطريقة عشوائية بل نتيجة لعدة أسباب يمكن حصرها فيما يلي :

##### أ-الأسباب الذاتية :

-اهتمام الباحث بكل ماله صلة بمجال السمعي البصري خاصة التلفزيون.

-فضول الباحث في معرفة نوع الإضافة التي قدمها الانفتاح السمعي البصري الجزائري للساحة الإعلامية الجزائرية.

-محاولة التعرف عن قرب على القنوات الخاصة وكيفية عملها.

-جدة الموضوع جعلت الطلبة يقبلون على هذه الدراسة .

##### ب-الأسباب الموضوعية:

-قلة الدراسات حول الموضوع.

-الأهمية التي يحظى بها موضوع الصورة الذهنية خاصة.

-رغبة الباحث في معرفة مدى التوافق الحاصل بين شبكة برامج قناة النهار تي في ومطالب جمهور الطلبة المتعطش لقنوات جزائرية محترمة تلبي رغباته الإعلامية.

-الموقع الذي أصبحت تحتله القنوات الخاصة الجزائرية في حياة المواطن الجزائري.

-اثراء المكتبة الجامعية بدراسة حول موضوع صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها.

-معظم الدراسات لم تنترق إلى انعكاسات الإعلام التلفزيوني في أذهان المتلقين.

#### 5-نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، علما أن هذا النوع من الدراسات يستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا شاملا معتمدا في هذا على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص النتائج ودلالات توصل الباحث إلى تعليمات بشأن الظاهرة المدرستة وبصفة عامة.

فالباحث الوصفي يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملحوظات الخاصة بها، بحيث يرسم ذلك كلّه صورة واقعية لها، هذا وقد لا تكتفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه، وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الأشياء أو الطواهر موضوع البحث وعليه فإن الدراسات الوصفية ليست مجرد جمع البيانات والحقائق، وإنما هي تعنى بجمع الحقائق واستخلاص دلالاتها طبقاً لأهداف الدراسة، ولا يأتي ذلك بغير تصنيف دقيق للبيانات، وتناولها بالصورة التي تجعلها تتصحّح عن الاتجاهات الكامنة فيها<sup>1</sup>

## 7-منهج الدراسة:

يحتاج البحث العلمي إلى المنهج الذي يسير عليه من أجل الوصول إلى النتائج، فمسألة المنهج أساسية في كل بحث علمي من أجل الوصول إلى نتيجة معلومة، وتقول " مادلين غرا فيتر "في هذا الصدد": المنهج هو مجموعة العمليات الذهنية التي يحاول من خلالها علم من العلوم بلوغ الحقائق المتواخدة مع إمكانية تبانيها والتأكد من صحتها<sup>2</sup> والمنهج قبل كل شيء يعبر عن طريقة تصور وتنظيم البحث، إذ ينص على كيفية تصوّر تخطيط العمل حول موضوع دراسة ما ويتدخل بطريقة أكثر أو أقل إلحاد، بأكثر أو أقل دقة، في كل مراحل البحث أو في هذه المرحلة أو تلك<sup>3</sup>.

<sup>4</sup> دراستنا هنا تهدف إلى معرفة آراء جمهور طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قالمة نحو برامج القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر وبرامج قناة " النهار " التي في " وكذلك معرفة ما يقدمه من خدمة إعلامية عن طريق استطلاع الرأي والنزول إلى الميدان.

فالمنهج الذي نتطّلبه دراستنا هذه هو المنهج المسحي الذي يمكننا من الإجابة على جزء هام من تساؤلات الدراسة التي طرحناها فيما سبق ومن ذلك الوصول إلى النتائج التي نتوخاها في الأهداف.

<sup>1</sup> أنجرس موريس، ترجمة صحراوي بوزيد، بوشرف كمال، سبعون سعيد، منهجه البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ط2، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006، ص 45.

<sup>2</sup> فضل الله، مهدي، أصول كتابة البحث وقواعد التحقيق، بيروت، دار الطليعة، 1998. ص 35

<sup>3</sup> Singh, Yogesh Kumar, Fundamentals of Research Methodology and Statistics, India, new age international publisher, 2006. P83.

يعتبر المنهج المسيحي من أنساب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامّة<sup>١</sup> ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات الالزمه والكافيه عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وظروف الحصول عليها<sup>٢</sup>.

كما أنّ منهج المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الإعلام، ويكتسي منهج المسح أهمية كبيرة في مثل الدراسات المتعلقة بالجمهور، كما ترتبط دراسات المسح، وهي إحدى سماته الهامة بتسجيل وتحليل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجامعة أو بيئة اجتماعية معينة أي التركيز على ما هو موجود في الوقت ذاته وهو الحاضر.<sup>٣</sup>

حيث استعنا في بحثنا هذا بالمسح عن طريق العينة الذي يكتفي بدراسة عدد محدد من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانيات المتوفرة.

#### العينة المستخدمة:

ترتبط بحوث المسح عادة بنظام العينات، نظراً لاستحالة تطبيق المسح الشامل في البحوث العلمية والأكاديمية، خاصة إذا تعلق الأمر بدراسة جمهور وسائل الإعلام فإنه يستحيل إجراء المسح الشامل لكونه يتميز بضخامة العدد والتشتت. ولذلك يلجأ الباحث إلى اختيار عدد أصغر من أفراد مجتمع البحث يكون ممثلاً في خصائصه للمجموع، ويسمح في نفس الوقت بتحقيق أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانيات المتاحة وهذا العدد الأصغر يسمى العينة حيث يسمح نظام العينات للباحث باستئناف خصائص عدد كبير جداً من المفردات من خلال الاتصال المباشر مع عدد صغير مختار منها.<sup>٤</sup>

<sup>١</sup> حسين سمير، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، جمهورية مصر العربية: مؤسسة دار الشعب، 1976، ص 31

<sup>2</sup> شرام ولبر، التحديات التي تواجه بحوث الاتصال، فصل من كتاب المدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري، جامعة لوبيزيانا الأمريكية، بغداد، ترجمة ونشر المركز العربي لبحوث المستهلكين والمشاهدين، 1988، ص 81.

<sup>3</sup> صالح سليمان، مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 13، 2001، ص 49

<sup>4</sup> عبيدات ذوقان، عبد الرحمن عدس، كايد عبد الحق، البحث العلمي: مفهومه - أدواته- اساليبه، دار الفكر ، عمان، الأردن، 1989، ص 23.

مجتمع البحث في هذه الدراسة يتمثل في الطلبة الجامعيين الجزائريين، أما العينة فتمثل في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قالمة وعليه فإن نوع العينة التي اعتمدنا عليها هي: العينة الفردية التي تدخل ضمن العينات غير الاحتمالية.

حيث تُعرف بأنّها "الاختيار الشخصي للباحث لمفرداتها، أي أنّ الباحث يقدر عدد وحدات العينة وطريقة اختيارها بشكل تحكمي وفقاً لشروط هو الذي يضعها مع التأكيد أنّ هذا الإجراء لا يكون اعتباطياً، بل بناء إلى ما ترمي إليه إشكالية وأهداف الدراسة.<sup>1</sup>

## 8- مجال الدراسة:

نجاح أي بحث يقوم أساساً على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعل هذا يتطلب من الباحث تحكم أكبر في الأدوات المسخرة لجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها أنها أنسنة للمنهج المستخدم في الدراسة "وتعتبر الأداة الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمحبوث التي تمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين". وتستدعي دراستنا استخدام أداتين متماثلين في أداة الملاحظة والاستبيان.<sup>2</sup>

"إن المجال يشير إلى المكان أو البيئة أو المنطقة الجغرافية والى الناس وتفاعلاتهم وعلاقتهم والى الزمن الذي يوجد فيه هؤلاء الناس الذين يتواجدون في بيئه محددة أو منطقة جغرافية معينة، وتسود بينهم معاملات وعلاقات تشكل حياتهم الاجتماعية.<sup>3</sup>

ويمكن تقسيم المجال إلى ثلات حدود رئيسية:

**1- الحدود المكانية:** تتحصر هذه الدراسة مكانيًا: في إطار الحدود المكانية وتمثل في جامعة قالمة

بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بسويداني بوجمعة مدرج Gقسم علوم الإعلام والاتصال والمكتبات

**2- الحدود الزمانية:** انطلاق من الشروع في هذه الدراسة في شهر جانفي، أين بدأنا بجمع معلومات عامة التي تؤسس للجانب النظري لدراستنا ثم تحديد المشكلة البحثية بدقة وما يتبعها من إجراءات منهجية وضبط مسار خطة البحث والشروع في استكمال عناصرها مباشرة، أما الجانب

الميداني فيبدأ من تاريخ 2017/03/05 إلى غاية 2017/03/23

<sup>1</sup> بيفردرج، فن البحث العلمي، ترجمة زكريا فهمي، دار النهضة، القاهرة، 1963، ص 45.

<sup>2</sup> د فاخر عاقل، أسس البحث العلمي في العلوم السلوكية، ط2، بيروت، دار العلم للملايين، ص 84.

<sup>3</sup> د حنان عيسى، د غانم العبيدي، أساسيات البحث العلمي، الرياض، دار العلوم للطباعة والنشر، 1984، ص 160.

**3-المجال البشري:** ويتمثل في مجموع الطلبة المنتسبين لفرع علوم الاعلام والاتصال بجامعة قالمة التي أجرينا عليها دراستنا حيث اجمعنا على اخذ 120 طالب وطالبة من هذا الفرع.

## 9- أدوات جمع البيانات:

### 1- الاستبيان:

#### أ - تعريف الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوثكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها.<sup>1</sup>

والجدير بالذكر أن الاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة من الأسئلة التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين و محدد الموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تقييد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بقصد البحث عنه، أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة وعليه، فإن الأسئلة توزع في شكل استمارٍ على المبحوثين و ترسل إليهم بالبريد أو يجريتسلمها باليد تمهيداً للحصول على أجوبةٍ للأسئلة الواردة فيها، و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلوماتٍ متعارف عليها لكنها غير مدعاة بحقائق الاستبيان إذن أداة مهمة وأساسية وجزء لا يتجزأ من هذا البحث<sup>2</sup>

فاستخدامه ساعدنا على الحصول على مجموعة منالبيانات والمعلومات التي افادتنا بشكل كبير في استخلاص نتائج دراستنا.

<sup>1</sup> لارامي و ب. فالي، *البحث في الاتصال عناصر منهجية*، ترجمة ميلود سفاري و آخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2004، ص 48.

<sup>2</sup> الوفائي محمد، *مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية*، القاهرة، مكتبة الانجلو مصرية، ط 1، 1989، ص 73.

## 10 - المصطلحات والمفاهيم:

### 1- الصورة الذهنية:

#### 1-1- التعريف اللغوي:

الصورة في اللغة العربية كما جاء في المعجم الوسيط هي "الشكل والتمثال المجسم، والصورة بمثابة خياله في الذهن أو العقل".<sup>1</sup>

ويقصد بالصورة في المعجم العربي الأساسي "كل ما هو يصور مثل الشكل أو التمثال المجسم والنوع والصفة، وصورة الشيء هي: خياله في الذهن أو العقل".<sup>2</sup>

أما الصورة في اللغة الإنجليزية وحسب موسوعة ليفيسي كون (lexicon) فإن الصورة الذهنية اشتقت من اللفظ اللاتيني "imago"، ويقصد بها رسم أو شكل أو صورة، ويقصد بالصورة الذهنية إعادة تقديم ما تم تخزينه في العقل.<sup>3</sup>

كذلك عرفها أحمد الصاوي في قاموس المصطلحات الإعلامية بأن مصطلح "image" تقابلها أربعة معاني في اللغة العربية وهم: الصورة الذهنية، وال فكرة أو المفهوم، والوصف أو تصوير صورة، وصورة طبق الأصل.<sup>4</sup>

#### التعريف الاصطلاحي:

تعددت التعريفات الاصطلاحية التي قدمها الباحثون الغربيون والباحثون العرب للصورة الذهنية، لذا سنستعرض أهم التعريفات التي ساهمت في بلورة مفهوم الصورة الذهنية. ويعرف "هلوستي Holstie" الصورة بأنها مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل التي يحتفظ بها الفرد وفقاً لنظام معين عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه. وهو بذلك يؤكد أن الصورة

<sup>1</sup> مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الجزء الأول، مجمع اللغة العربية، القاهرة، سنة 1985، ص 548

<sup>2</sup> المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعجم العربي الأساسي، لاروس، باريس، سنة 1988، ص 756.

<sup>3</sup> شادن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأي العام، ط 3، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 83.

<sup>4</sup> أحمد حسين الصاوي، سامي عزيز، قاموس المصطلحات الإعلامية، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، 1993، ص 106.

ليست مجرد كم من الانطباعات أو المعلومات وإنما هي مرتبة وفقاً لنظام معين يحتفظ فيه بأهم الخصائص وأبرز المعالم وما يتافق مع البيئة ويتناسب معها.

وأهم سمات هذا النظام تتضح من تعريف **كينيث بولدنج** "Building Kenneth" للصورة حيث يرى "أنها المفاهيم والإدراكات المفضلة للحقيقة، بمعنى أن الفرد ينتقي بعض الخصائص والصفات - دون أخرى - مما يتعرض له من معلومات وانطباعات".<sup>1</sup>

ويرى على عجوة أن الصورة الذهنية هي " الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما أو شعب أو جنس بعينه، أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهنة معينة، أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان". وت تكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعاً صادقاً ينظرون من خلاله إلى ما حولهم ويفهمونه أو يقدرونها على أساسها.<sup>2</sup>

فهذه التعريف تؤكد على أن الصورة الذهنية بمثابة انطباعات ذاتية لا تتسم بالضرورة بالموضوعية. كما أوضحت التعريف السابقة تعدد موضوعات الصورة الذهنية، فقد تكون حول منظمات، أو دول وشعوب أو مهن، أو فئات جماهيرية مختلفة، وهو ما يعني تعدد الموضوعات التي تتكون بشأنها الصور الذهنية لدى الأفراد، حيث تسهم مصادر الاتصال المباشر وغير المباشر في تكوين انطباعات الأفراد.

<sup>1</sup> راجية أحمد قنديل، صورة إسرائيل في الصحافة المصرية أعوام 1972، 1974، 1978، رسالة دكتوراه، غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1981 ص 30.

<sup>2</sup> على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، بدون طبعة، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2004، ص 10.

### 3-أهم تعاريفات العلوم للصورة الذهنية:

- تعريف علوم الاعلام:

ركز الإعلام على زوايا البحث الإعلامي على عدة اتجاهات أهمها دور الإعلام ممثلاً في وسائل الاتصال الجماهيري في تكوين الصورة الذهنية، فالصورة لا تكون فقط نتيجة الخبرة المباشرة ولكن تكون أيضاً نتيجة الخبرات غير المباشرة.

ومن خلال الصور الذهنية التي تشكلها وسائل الاتصال الجماهيري تأتي خطورة دور الإعلام في تحديد الكيفية التي ينبغي أن يتصرف وفقاً لها الأفراد في المواقف المختلفة. وزاد الاهتمام البحثي في الفترة الأخيرة بدور التدفق الدولي للأخبار في الصور الذهنية للأحداث والقضايا في دول العالم المختلفة<sup>1</sup>

- تعريف العلوم السياسية:

قدم "بولدينغ" تعريفاً آخر للصورة من خلال تعريفه لصورة المرشح في الانتخابات أنها مجموعة من الانطباعات الذاتية التي تتكون عنه في أذهان الناخبين، والتي يمكن أن تكون أفكاراً عن القيم السياسية للمرشح أو عن شخصيته أو مقدراته القيادية، وت تكون الكثير من هذه الانطباعات في مناصب رئاسة دولة، من خلال ما تبثه وسائل الإعلام الجماهيرية<sup>2</sup>

وقد سبق "بولدينغ" أن عرفها بشمولية أوسع بوصفها" مرادفة أو بديلة لكلمة المعرفة فمعرفتنا بالعالم قد يسميها شخص آخر صورتي عن العالم وهذا التعريف يتضمن جميع مجالات المعرفة ومضامينها مثل الصحة والحقيقة، الشجرة وغيرها<sup>3</sup>"

وفي العلوم السياسية والإعلام نجدهما اهتماً على نحو خاص بموضوع الصورة من ناحية ارتباطها بالعملية السياسية مثل صورة الحزب أو صورة المرشح في الانتخابات أو صورة الشركة

<sup>1</sup> شادن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأي العام، مرجع سابق، ص 106.

<sup>2</sup> على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، مرجع سابق، ص 6.

<sup>3</sup> Boulding, Kenneth, The Image, Ann Arbor , The University of Michigan Press, 1966,

p6.

والمؤسسة ضمن مجال العلاقات العامة، كما يعكس المنحى الخاص الذي بدأ يتخذ مفهوم الصورة والذي بدأ يؤسس فيه لعلم جديد أطلق عليه "Imagology".<sup>1</sup>

الصورة النمطية:

يفرق الكثير من الباحثين في استخدام لفظي الصورة الذهنية والنمطية، والتي بدأت من خلال الدراسات الغربية المتخصصة في ميادين علم النفس الاجتماعي والتي استخدمت لها تعبير "Image" للصورة الذهنية و "Stéréotype" للصورة النمطية فالأولى كما ورد سابقاً بمعنى يحاكي أو يمثل أما كلمة "Stéréotype" فتستقي معناها من عالم الطباعة حيث تشير إلى القالب الذي تصب على نسقه حروف الطباع.<sup>2</sup>

وأول من أدخل مصطلح الصورة النمطية بهذا الشكل كان جيمس مورير Merrier 1824<sup>3</sup> ليصف عملية طباعة النسخ، حيث يتم حفظ الأصل بحيث لا توجد فرصة للتغيير أو التحرif في إعادة النسخ.

ويرى والتر ليبمان الذي يعتبر أول من ابتكر مفهوم الصورة النمطية في كتابه "الرأي العام" (1922) ليعني به الصورة المحددة الثابتة في عقولنا، والتي تقاوم عموماً أن تتغير بسهولة، إن الصورة النمطية تعد بمثابة فكرة خاطئة ومبسطة ومحترلة تقوم على أساس إدراك الفرد للبيئة المحيطة على أساس مزيف، وتؤثر سلباً على قدرته على الفهم الصحيح للبيئة المحيطة، وتحكم نمط تعامل الفرد مع الآخرين، ويحرض الأفراد غالباً على عدم تغييرها أو يقاومون تغييرها.

<sup>1</sup> James W-Neuliep, Intercultural communication Acontextual Approach (Boston Houghton Mifflin – company, 2000. p150.

<sup>2</sup> ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، 1001، ص 131  
<sup>3</sup> شادن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأي العام .ط4، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 95.

ويعرف تان وفوجياكا Fiyiaka et Tan الصورة النمطية بأنها "تعيم شائع ينكر وجود اختلافات بين أفراد إحدى الجماعات، وتصنيف الفرد بانتمامه لـإحدى الجماعات، فذلك يعني أن ينسب إليه نفس سمات الجماعة، وبالتالي فالصورة النمطية تعد بمثابة معتقدات لدى الأفراد عن خصائص جماعات أخرى، وتتم هذه المعتقدات بالثبات والسلبية غالباً".<sup>1</sup>

والصورة النمطية تنشأ من مصدرين هما: الخبرة الشخصية بالأ الآخرين موضوع الصورة، وتتلق هذه الخبرات للأ الآخرين، فالخاصية النمطية التي تتصل إلى جماعة ما، لابد أن تكون قد جرت ملاحظتها لدى عضو واحد على الأقل من أعضاء تلك الجماعة وتدوي عملية الاتصال اللاحقة التي يتم بها نقل تلك الملاحظة إلى الآخرين إلى تكوين الصورة النمطية في عقول الناس<sup>2</sup>

الصور النمطية قد تتبثق من التفاعلات الاجتماعية بعيدة المدى، أو يتم تعلمها من الآخرين بشكل محدد. وعندما تنشأ هذه الصور، يبدأ الفرد بحصر اتصالاته الاجتماعية داخل التصنيف النمطي المناسب، ويأخذ بمعاملة أفراد كل جماعة بأسلوب معين.<sup>3</sup>

**الفرق بين الصورة النمطية والصورة الذهنية:**

رغم صعوبة التفرقة بين الصورة الذهنية والصورة النمطية إلا أنه يمكن التفرقة بينهما باعتبار أن الصورة الذهنية "Image" هي تمثل عقلي مجرد لموضوع ما تقوم على الإدراكات السابقة دون أن تكون لها انعكاسات كبيرة حيث في بعض الأحيان استبعاد أو نسيان جوانب أخرى إعادة تفسير جوانب ثابتة عند تنظيم الصورة الذهنية وتكونها بينما تشكل الصورة المنطبعة (Stéréotype) المعتقدات التي تراكمت وأصبحت مقبولة مقدماً كما أنها ليست مؤشرات صحيحة للواقع وإنما هي بمثابة أحکام لما نراه على ضوء تحيزاتنا وقيمنا ومبادئنا.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 97.

<sup>2</sup> مكلفين، وغروس، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، ترجمة سيد مراد وآخرون، دار وائل للنشر، عمان، 2001، ص 140.

<sup>3</sup> Albrecht S.L& Thomas D.L& Chadwick B.A, Social psychology, (New Jersey : Prentice Hall) inc.p258

كما أن الصورة الذهنية تتسم بالثبات النسبي أي يمكن تغييرها وقد تكون صورة ايجابية أو سلبية بينما الصورة المنطبعة - النمطية - تقاوم التغيير ومن الصعب أن تغير دائماً وتكون سلبية.<sup>1</sup>

#### جمهور المشاهدين:

#### التعريف اللغوي:

إن كلمة جمهور مأخوذة من الكلمة الجمهرة والجمهر هو عدد الناس، ويقال جمهور الناس أي جله وجماهير القوم أي أشرافهم وعدد مجهر أي مكثرة، والجمهر تعني المجتمع.

(Communication la de Politique Dictionnaire) في معجم

جاء موضوع جمهور المشاهدين تحت مصطلح 'audianceL' وهو جمهور محدد تجمعه رابطة محددة في وقت محدد، قصد حضور عرض معين<sup>2</sup>

هذا المفهوم امتد لاحقاً إلى وسائل الإعلام مثل الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما...الخ .

أما فيما يتعلق بالمشاهدين الجمهر البرامج التلفزيوني، فورد تعريف كارولين موريا وهو في اعتقادنا أقدر التعريفات وأكثرها تحديداً للمفهوم الذي نحن بصدده البحث في بعض جوانبه، فالمشاهدين هم " عدد المشاهدين المستقبلية لبرامج معينة في توقيت محدد<sup>3</sup>

#### التعريف الاصطلاحي:

يشير مصطلح الجمهر في المنظور الإعلامي كما ورد في تقرير لجنة "شون ماك برايد": أنه أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعضها، بيد أن الجماعة ليست متماثلة فعندما توضع تحت الملاحظة فإنها تكشف عن كثير من الاختلافات التي تقوم عمل أساس الفروق الطبقية والمصلحة الاقتصادية، والمعتقد الدينية والانتماء السياسي والإيديولوجي، أما الدراسات الغربية فقد أشارت إلى المصطلح بشيء من الدقة في معجم

<sup>1</sup> حنان أحمد سليم وحسام علي سلامة، صورة الغرب كما يعكسها الإعلام العربي، دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة في كتاب، المؤتمر العلمي السنوي الثامن الإعلام وصورة العرب والمسلمين الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ماي 2001، ص 211.

<sup>2</sup> ابن منظور: لسان العرب، جزء 15، بيروت، 1952

<sup>3</sup> Caroline Mauriat : La presse audiovisuelle, 1998.1999, édit (e.f.p.j) 1999, p87

(D'critique de la communication.) ورد مصطلح جمهور المشاهدين تحت اسم (L'audience) وهو جمهور محدد تجمعه رابطة محددة قصد حضور عرض معين (استخدم على جمهور المسرح)، وامتد لاحقاً إلى وسائل الاعلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون السينما...، وعرفه (كورلين موريت) بأنه: "هم عدد المشاهدين المستقبليين لبرنامج معين وفي توقيت محدد<sup>1</sup> وبناءً على ما سبق سنتاول التعريف الإجرائي التالي:

"هو عدد المشاهدين المستقبليين لبرنامج معين في توقيت محدد يتقاسمون تقاليد وتجارب وقيم مشتركة".

### مفهوم القنوات الفضائية الخاصة:

#### أ-لغة:

إسمؤنث منسوب إلى الفضاء: أبحاث / سفسنة فضائية  
فيقصد بكلمة القنوات جمع قناة والمراد بها في اللغة ، الرمح و(قناة الظهر) و(القناة المحفورة) ويجممه الكل على (القنا) من حصة وحصى ، وعلى قناء مثل حبال ، و (قنوات) ، و (قنو) على فعول و (قنيت) (القناة) بالتشديد احتقرتها و (قنوات) القناة الرمح والجمع قنوات وكل خشبة عند العرب كالعصا والرمح وجمعها قنا وقني والمراد بها هنا هي تلك الترددات التي تلقط من قبل القمر وتثبت من مركز البث الخاص للكل من يستقبلها خلال طبق خاص ، الفضائية : بالمد المكان الواسع وفضا المكان (فضوا) من باب قعد اذا اتسع فهو (فضاء) (فضو) و (فضا المكان فضاء وفضوا) كعلو اتسع<sup>2</sup>

#### ب-اصطلاحا:

وعرفت القنوات الفضائية بالاتي :

- انها عرض التلفزيون المرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه الالتقاط كل مجموعة منها.

#### تعريف اخر:

<sup>1</sup> كرم شلبي : معجم المصطلحات الإعلامية، ط١، دار الشروق، القاهرة، 1998، ص260

<sup>2</sup> مصطلح المعاني : في com.almaany. www//:http 17:05-05-2013 على الساعة: 14:00

وعرفت القنوات الفضائية بانها استقبال الارسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلي دون التدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة، او هي الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص.

- عرفت بانها قيام الأقمار الصناعية بالنقلات البث التلفزيوني في بلدان البلدان وبشهادة مشاركة الى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة، تحول دون النقلات البث دون وسيط.
- الفضائيات كل مايلتقط ومايستقبل من محطات تلفزيونية عربية واجنبية، عبر الوسائل التكنولوجية، كالتلفاز والجوال والشبكة العنكبوتية وغيرها.

#### ج- إجرائيات:

هي جميع القنوات الفضائية، التي تستقبل الفضاء الخارجي عبر الاطباقي أو الشبكة العنكبوتية أو الجوال أو وسائل الاتصال الأخرى، وتثبت بطريقة رسمية أو غير رسمية مفسوحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة<sup>1</sup>  
الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة خطوة مهمة في انجاز أي بحث علمي، وهنا يتبع على الباحث أن يقوم بقراءة دراسات لها علاقة مباشرة بما يبحثه، بهدف الاستفادة منها من حيث التصميم الهيكلي، والتعرف على النتائج المتوصل إليها.

فلقد كان موضوع علاقة الفرد بالتلفزيون محل اهتمام الدراسات الإعلامية في العديد من المجتمعات، بحيث قام الباحثون بإجراء عدة دراسات في نفس الميدان، وبالرغم من الاختلاف الملحوظ في نتائجها إلا أنها تشتهر في دراسة متغيرين اثنين هما: التلفزيون كوسيلة والفرد كمستعمل لهذه الوسيلة، غير أنه حينما نحاول رصد هذه الدراسات، نلاحظ نوعاً من النقص في نسبة هذه الدراسات في المجتمعات العربية بصفة عامة والمجتمع الجزائري بصفة خاصة، حيث نجد عدداً قليلاً من الدراسات التي ربطت الاتجاهات النفسية الاجتماعية للجمهور بما يقدمه التلفزيون من برامج.

وبما أن دراستنا ستحاول أن تسلط الضوء على صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها باعتمادنا قناة النهار انموذجاً حيث كان هذا على مجموعة من طلبة جامعة قالمة في تخصص علوم

<sup>1</sup> بوحنية قوي: التلفزيون العمومي الجزائري في ظل غياب فتح القطاع وسيادة منطق الخدمة العمومية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقة، في 17/05/2013، على <http://http://com.bouhania.com>

الإعلام والاتصال ومعرفة آراءهم بما يتعلق بشبكة برامجها وبرامج القنوات التلفزيونية الخاصة الأخرى التي ظهرت بالجزائر فإننا لم نجد أي دراسة تناولت الموضوع بشكل مباشر.

لكن هذا لم يمنع من التعرض لبعض الدراسات التي عالجت موضوع الاتجاهات ودراسات الجمهور وعلاقة الفرد بالتلفزيون، التي على الرغم من اختلافها مع دراستنا إلا أنها تمثل اقتراب نظري ننطلق منه.

### ١- الدراسة الأولى:

"رمضان بلعمري" القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح "وهي مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال . تخصص تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام . خلال الموسم الجامعي 2011-2012 بجامعة الجزائر 03.

حاول الباحث من خلال دراسته البحث عن إشكالات وعوائق انفتاح القطاع السمعي البصري والتلفزيون على وجه الخصوص - وهذا في ظل تفاعل دول الجوار مع تحديات هذا الانفتاح للإعلام السمعي البصري - وطبيعة الخدمة العمومية التي يقدمها ، حيث طرح الباحث التساؤل الرئيسي: ما هي أسباب انغلاق التلفزيون والسمعي البصري على نفسه وعدم انفتاحه على المجتمع؟

كما اعتمد الباحث في دراسته على العينة العرضية، حيث وزعت في عدد من أقسام . وكليات جامعة الجزائر ، وفي قاعات التحرير بمقرات الصحف والتلفزيون والإذاعة، كما وزعت في الشارع ، وفي بيوت توجد بأحياء فقيرة وغنية ومتوسطة.

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المحسني على اعتبار أنه المنهج الأنسب لها، وذلك من خلال تحويل وتفسير الظاهرة في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، متمثلة

في إشكالات الانفتاح في القطاع السمعي البصري في الجزائر

اعتمدت الدراسة على عدة أدوات منها الملاحظة وال مقابلة إلى جانب أداة الاستبيان ، على اعتبار أنها تهدف إلى الوقوف عند إشكالات الانفتاح في القطاع السمعي البصري في الجزائر ، ولهذا يتطلب معرفة رأي كل الأطراف المعنية بالموضوع.

حيث تم توزيع الاستماراة على جمهور التلفزيون الجزائري، من مختلف شرائح المجتمع، سواء كانوا صحفيين ومسؤولين في قطاعات الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون. أو كانوا طلبة الجامعات من مختلف التخصصات . بالإضافة إلى العائلات الجزائرية، وأيضا في المناطق الفقيرة والمتوسطة والراقية

**بالجزائر العاصمة.**

وقد تم توزيع 422 استمارة، وقد تضمنت الاستمارة 21 سؤالاً ما بين سؤال مفتوح وسؤال مغلق، متعددة الأجوبة ومغلقة الأجوبة. وحيث توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

✓ يحظى التلفزيون الجزائري بمشاهدة معتبرة، بغض النظر عن رأي المشاهدين في برامجه أو في مدى تطبيقه لمفهوم الخدمة العمومية.

✓ التلفزيون الجزائري اهتم ببناء الدولة على حساب بناء المجتمع، وخدمة الأخبار في التلفزيون الجزائري تهدف أولاً لإرضاء المسؤول على حساب المواطن.

✓ هناك إجماع بأن التلفزيون في صيغته الحالية هو تلفزيون حكومي، في يد الحكومة ويخدم مصالحها السياسية، وليس عمومياً في يد ممثلي الشعب ويقدم لأفراده خدمة عمومية وبالتالي فالتلفزيون الجزائري لا يجسد الخدمة العمومية.

✓ يمكن الوقوف على انحياز واضح من التلفزيون، في نشرات الأخبار، لناحية الاهتمام بمتابعة نشاطات الحكومة و الطاقم الوزاري، مقابل تخصيص هامش صغير لبث الأخبار التي تعنى بمشاكل المواطنين

✓ الأولوية لدى الجمهور هي تطوير التلفزيون نفسه وتحسينه، مع فتح باب المنافسة أمام الخواص كإحدى آليات هذا التطوير والتحسين

✓ التمسك بالسلطة هو السبب الرئيسي وراء إبقاء الاحتكار على القطاع السمعي البصري، بناءً على أن نتيجة أخرى وهي أن التلفزيون في الجزائر هو وسيلة حكم وليس إعلام، حتى وإن حاولت السلطة إيهام الرأي العام بأنه مجرد وسيلة إعلام.

✓ جمهور التلفزيون الجزائري يغير مقتنعاً تماماً بنشرات الأخبار التي بينها التلفزيون، وهذا يعني عدم افتقاره بالرسالة الإعلامية التي يريد إيصالها لجمهوره، بسبب غياب الحيادية في نقل الأخبار، بإعطاء حضور أكبر لنشاطات الحكومة والوزراء مقابل غياب أو تغيير أكبر للأخبار التي تعنى بمشاكل المواطنين.

✓ جمهور التلفزيون الجزائري لديهوعي وتعلماً لما يجري خارج محيطه الوطني، وهو بهذا ما يزال يبحث عن قناة وطنية إخبارية تعطيه ما يحتاجه من معلومات وأخبار في حينها، ولا تمارس عليه التعنيف الإعلامي في عصر الأنترنت والفيديو والهاتف الجوال.

✓ النظام السياسي في الجزائر هو الذي يرفض فتح القطاع السمعي البصري، وأن الرئيس عبد العزيز بوتفليقة رغم أن لديه رؤيته الخاصة في موضوع تحرير التلفزيون إلا أنه م موقعه كرئيس لجمهورية لا يعد

## الفصل الأول:

### الاطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

سوى أن يكون أحد أدوات هذا النظام.

✓ يأتي خيار فتح قنوات متخصصة سواء في إطار مجمع عمومي أو بفتح المجال أمام الخواص لإنشاء قنوات خاصة، كأفضل خيار لإرضاء المشاهد.

✓ التعددية الإعلامية، من خلال ظهور صحف خاصة وحزبية، والصراع بينها وبين السلطة على الخط الافتتاحي، جعل السلطة تخوف من تكرار التجربة في المجال السمعي البصري.

تقييم :

من خلال العرض الموجز لهذه الدراسة، والتي تعد مشابهة لموضوع بحثنا وقد تم الاستفادة منها من خلال إعطاء صورة واضحة حول بحثنا، وذلك بصياغة إشكاليته ووضع خطة له نسعي من خلال الانطلاق من آخر ما توصلت إليه الدراسة من نتائج بعدما ركز الباحث على القطاع السمعي البصري العمومي مراعيا إلى توضيح أسباب تخوف السلطة من تكرار سيناريو تجربة المجال السمعي البصري بعد فتحه للمجال المكتوب.

## 2- الدراسة الثانية:

"عائشة لصلح" و"زعيم نجود" سنة 2012 دراسة بعنوان: "آراء الجمهور الجزائري في تجربة التعددية السمعية البصرية في الجزائر" وهي دراسة مقدمة في الملتقى الوطني الأول بجامعة قالمة، الجزائر - التعددية الإعلامية وآفاق الإصلاحات ديسمبر 2012.

فقد حاولت هذه الدراسة بحث آراء عينة من النخبة الجزائرية ممثلة في نخبة من الإعلاميين المهنيين حول التعددية السمعية البصرية التي عرفها مؤخرا القطاع في الجزائر، حيث طرح الاشكال الرئيسي الآتي: ما هو رأي النخبة الإعلامية الجزائرية في تجربة التعددية السمعية البصرية في الجزائر؟ كما اندرجت ضمن التساؤلات الفرعية الآتية:

-ما حجم ونوعية مشادة عينة البحث لبرامج القنوات الفضائية الخاصة؟

-ماراي عينة البحث في تجربة التعددية السمعية البصرية في الجزائر؟

## 7 - عينة الدراسة:

نظراً لخصوصية مجتمع البحث الممثل في الإعلاميين الجزائريين الذين يصعب الوصول إلى كافة مفرداته، فإن الباحثتين اعتمدتا على العينة العشوائية القصبية من خلال اختيارهن للوسط الإعلامي الجزائري بكافة أطيافه - المكتوب، المسموع والمرئي - بهدف تنويع وجهات النظر، كما يعطيها - العينة - التمثيل المناسب.

وقد تم توزيع الاستماراة إلكترونياً على عينة تقدر بمئة إعلامي في مدة لا تتجاوز الـ 10 أيام.

### **نوع ومنهج الدراسة:**

وتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث تعتمد عمى المنهج المحسّن الوصفي - مسح جمهور وسائل الإعلام - مستهدفة وصف خصائص جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة عامة من خلال تسجيل وتحليل مجموعة من البيانات المنظمة المتعلقة بمدى تعرّضه للقنوات التلفزيونية وحيثياتها ثم قياس آرائه فيها.

### **أدوات جمع البيانات:**

اعتمدت الدراسة على أداة الاستماراة لجمع بياناتها حيث احتوت على ثلاثة محاور رئيسية حيث تطرق المحور الأول إلى البيانات الديموغرافية، المحور الثاني: حجم مشاهدة أفراد العينة للقنوات الجزائرية الخاصة والمحور الثالث تناول رأي النخبة الإعلامية في تجربة التعديلية الإعلامية في المجال السمعي البصري في الجزائر.

### **نتائج الدراسة:**

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج تمثلت فيما يلي:

✓ أوضحت نتائج الدراسة أن 77 بالمائة من أفراد العينة يشاهدون القنوات التلفزيونية الخاصة بصفة أحياناً، فيما نسبة 17 بالمائة تشاهد القنوات بصفة دائمة ومنتظمة.

✓ أوضحت الدراسة أن معدل مشاهدة القنوات الجزائرية يتراوح بين أقل من نصف ساعة وساعة بنسبة 44 و 36 بالمائة على التوالي.

✓ تصدرت قناتا الشروق والنهار صداره ترتيب القنوات الأكثر مشاهدة لدى عينة الإعلاميين الجزائريين، بنسبة 68 و 67 بالمائة على التوالي.

✓ أما عن البرامج المشاهدة، فتأتي البرامج الإخبارية في صدارة الترتيب، بنسبة 86 بالمائة تليها البرامج

- التقافية والتلفيية بنسب مقاربة ومعتبرة لكل منهما، 37 و 35 عمر التوالي.
- ✓ اتفق معظم أفراد عينة الدراسة على أن فتح المجال للاستثمار في السمعي البصري جاء متأخراً عن وقته، نظراً لراهنية الوضع والتغيرات التي تشهدها الساحة الإعلامية الدولية.
- ✓ يرى 51 بالمائة من أفراد العينة أن القنوات الجزائرية الخاصة تسهم في بناء هوية وطنية من خلال ربط برامجها بالقيم والمرجعيات الوطنية.
- ✓ على الرغم من أن النسبة الأكبر تشاهد الفضائيات الجزائرية لغايات إخبارية، إلا أن نسبة 44 بالمائة من أفراد العينة لا تثق في مصدر المعلومات المقدمة، وربما يرجع هذا لهيمنة القنوات الإخبارية العربية على سماء الإخبار في العالم العربي، كما يرجع لعامل المقارنة، حيث يمارس الإعلاميون عمليه التمييز والمقارنة.
- ✓ اتفق 74 بالمائة من أفراد العينة على أن القنوات التلفزيونية الجزائرية تقضي لفنون الإخراج المؤثرة، وهذا يرجع إلى نقص الإمكانيات للقنوات، وإلى نمطية الإخراج التي تعتمد بشكل كبير على التقليد عن برامج عربية أو عالمية.
- ✓ يرى 69 بالمائة من أفراد عينة الدراسة أن مسامين البرامج في القنوات التلفزيونية لا تلبي احتياجاتهم المعرفية الثقافية، وقد يرجع هذا إلى سطحية تناول المواضيع في هذه القنوات، كما قد يعود إلى تشابه مسامين البرامج في القنوات وافتقارها إلى التجديد.
- ✓ يوافق 58 بالمائة من عينة الدراسة على أن القنوات الجزائرية تفتح المجال لتعدد الآراء، وهي نسبة معتبرة، قد ترجع لكون الفناتين الأكثر مشاهدة الشروق والنهار تفتح المجال للمواطنين للإدلاء بآرائهم من خلال منابر مفتوحة.
- ✓ نسبة 44 بالمائة من الإعلاميين أن القنوات الجزائرية لاتزال بعيدة عن انشغالات المواطن، ولا تزال بعيدة عن تناول اهتمامات المواطن الجزائري، وهذا لغبته منطق النقد والسطحية في برامجها.
- تقييم:

من خلال الدراسة التي قدمت من طرف الباحثتين "عائشة لصلج" و"زعيم نجود" والتي حاولتا من خلال تبيان آراء النخبة الإعلامية الجزائرية في تجربة التعديلية السمعية البصرية في الجزائر. فهي دراسة تقترب من موضوع بحثها الذي صورة القنوات الجزائرية لدى جمهورها "قناة النهار نموذجاً" لهذا فقد حاولنا الاستفادة منها في بعض الجوانب المنهجية والنظرية في طرح الإشكالية وكذا وضع خطة

أولية للموضوع؛ إضافة إلى ذلك تم الاستفادة منها في الجانب التطبيقي للدراسة من خلال أسئلة الاستبيان.

**صعوبات الدراسة:**

لا يخلو أي بحث علمي من الصعوبات والعقبات فهي جزء لا يتجزأ من أي دراسة يقوم بها الباحث ولهذا لا يمكننا أن نعدد كل المشاكل التي واجهتنا أثناء قيامنا بهذا البحث، لأن الصعوبات بالنسبة لنا أمر طبيعي ومفروغ منها وبما أننا ملزمون من الناحية العلمية ذكرها حتى تكمل خطوات الإطار المنهجي للدراسة، فإننا نقر على أن عملية توزيع الاستمارات على الطلبة لم تكن سهلة، لأن متطلبات العينة القصدية التي اعتمدنا عليها في دراستنا تحدّم علينا التعامل فقط مع الطلبة الذين شاهدوا برامج القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر لاسيما قناة "النهار TV" ليتمكنوا من الإجابة على الأسئلة المطروحة، وبالتالي، فإن مهمة إيجاد الطلبة الذين توفر فيهم هذه الشروط لم تكن بالسهولة المتوقعة.

ثانياً: المدخل النظري :

١-مفهوم نظرية الغرس الثقافي:

ترى نظرية الغرس الثقافي أن التلفزيون هو عنصر من عناصر التّشّهـة الاجتماعية، وتحاول معرفة ما إذا كان الجمهور يعتقد أن كلّ ما يراه في التلفزيون هو جزء من واقعه في الحياة ، ويؤكد "غرينروز ملاؤه" أن التلفزيون لديه تأثير كبير في تبني المواقف والأحكام . وتعتبر نظرية الغرس الثقافي تصويراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجمع حولها النظريات السابقة، وهي قدرة وسائل الإعلام على التأثير في معرفة الأفراد وادراكيهم للعالم المحيطة بهم خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة أكبر.<sup>١</sup>

ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التّعرض، مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيداً عن العالم الواقعي أو الحقيقى، وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي، وأن قوّة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهد الأفراد لفترات طويلة. والتأثير في هذا المجال ليس تأثيراً مباشراً، حيث يقوم أولاً على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والم接收ين<sup>2</sup>.

٢-نشأة نظرية الغرس الثقافي:

لقد نبعت هذه النظرية من قلق الجمهور الأمريكي على المستوى القومي من تأثير العنف الذي تميزت به في السبعينيات والستينيات، وأصبحت دراسة العنف في التلفزيون مستحوذة على تفكير الأمريكيين وكان ذلك نتيجة لمحاولتين فدراليتين لفهم المشاكل، فقد أصدر الرئيس الأرجل "جونسون" قراراً بتعيين لجنة لدراسة أسباب العنف والعمل على منعه، والقرار الثاني أصدره "الكونгрس" لتحويل القيام ببحث شامل ، عرف فيما بعد باسم "تقرير الجارح العام المشهور".

<sup>1</sup>— Abdullah Joseph, Communication Theories, University of the East-Manila, p 07.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم المكتب، القاهرة، 1997 ص 26

وتضمن تقرير كل من اللجانتين شرحا شاملا وتفصيلا لكميّة وأشكال العنف التي صورها التلفزيون في تلك الفترة، ولم يكن الهدف أن يصبح التحليل الذي أجره الباحث "جورج غرينر" شيئاً نظرياً، فقد كان تحليل المحتوى عبارة عن تقرير بالأرقام عن عدد أشكال العنف التي يعرضها التلفزيون.

وكانت النتيجة أن التلفزيون يعرض كمّا كبيراً من العنف، واستمر اهتمام الأري العام على نطاق واسع بمشكلة العنف في التلفزيون في السبعينات والثمانينات وذكروا فيه كمّية العنف المعروضة على التلفزيون على شكل صورة سنوية للعنف.<sup>1</sup>

وفي السنوات الأخيرة طرر "غرينر وآخرون" هيكلًا نظريًا واستراتيجية تجريبية لدراسة تأثير العنف في التلفزيون على معتقدات الناس، واتساع نطاق اهتماماتهم ليشمل إلى جانب العنف أشكالاً أخرى من السلوك التي يعرضها التلفزيون، وكانت استنتاجاتهم هامة للغاية وخصوصاً التي تقول أن ما يمتلكه التلفزيون من أشكال يؤثّر في سلوك الفرد، وذلك عن طريق تشكيل المجتمع الحديث.

وكانت نتائج هذه الدراسات هي التي صاغت الفكرة الخاصة بالغرس كنتيجة للتعرّض المكثف المستمر للتلفزيون وقيام العلاقة بين كثافة المشاهدة وادران الواقع الاجتماعي بالصور التي يعرضها التلفزيون

ووضع "غرينر" من خلال هذه الدراسات مشروعه الخاص بالمؤشرات أو المعالم الثقافية الذي يهدف إلى التأكيد من قيام هذه العلاقة من خلال دراسة ثلاثة عناصر أساسية هي:

- ✓ العمليات المؤسسية الكامنة وراء إنتاج محتوى الإعلام،
- ✓ الصورة الذهنية التي ترسمها وسائل الإعلام.
- ✓ ثم العلاقة بين التعرّض إلى الرسائل التلفزيونية ومتى المشاهدة الجمهور وأنماط سلوكه.

### 3- فرض نظرية الغرس الثقافي:

لقد تم من خلال نظرية الغرس الثقافي اختيار العديد من الفرضيات نوردها فيما يلي:  
يشير الفرض الأساسي لهذه النظرية إلى أن كثيفي التعرّض يميلون إلى تبني المعتقدات التي تعيش من خلال التلفزيون عن العالم الواقعي، وذلك أكثر من منخفضي التعرّض، كما أن من أهم الافتراضات الفرعية لنظرية الغرس الثقافي ارتباطها بالمشاهدة الكلية.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم المكتبة، القاهرة، 1997، ص 261

حيث يرى كل من "غرينر" و "غروس" أن تأثيرات الغرس مرتبطة بمشاهدة المحتوى الكلّي للتّلفزيون، بدون تحديد نوعية معينة من البرامج مثل الأخبار والإعلانات والبرامج المتخصصة، حيث يحدّد هذا العالم العضوي المكوّن من القصص والصور الذهنية ما يوافق وما لا يوافق عليه الجمهور، يسهم في تشكيل معظم الأعراف السائدة، ويغرس الصور الراسخة بشكل يفوق منخفض المشاهدة بغض النظر عن مدى تفضيلهم لنوعيات معينة من البرامج.

ومن فروض نظرية الغرس الثقافي أيضاً أنها ترتكز على مساهمة التّلفزيون في نقل الصورة الذهنية على المدى البعيد، وتفترض هذه النظرية أن عملية الغرس تتم ببطء عن طريق نقل الرموز الشائعة على المدى البعيد، أما عن آخر الفروض فهو تدعيم الاستقرار والتّجانس في النتائج، بمعنى أن التّلفزيون يخلق اتجاهات ثقافية سائدة وتعمل على خلق المفاهيم والسلوكيات المتماسكة في المجتمع، ومعنى ذلك أن التّلفزيون يحقق التّجانس بين الفئات الاجتماعية المختلفة.

ولأن "جورج غرينر وزملاءه" ربطوا بين كثافة المشاهدة وبين سلوك المشاهدين واتجاهاتهم، فإن المشاهد أصبح متغيراً ثابتاً في كل الفروض والدراسات الخاصة بعملية الغرس، وهذه الدراسات درست من خلال العلاقات الفرضية مفهومين رئисيين أكد عليهما "غرينر" وهما: الاتّجاه السائد والصدى أو الرّنين.

ويعبّر الاتّجاه السائد في المجتمع عن الأبعاد الأكثر شيوعاً للمعاني والافتراضات المشتركة إرجاعها ويضم كل الأمور المعارضة والفرعية، وهو يعني الاختلافات أو الفروق بين الأفراد والتي يمكن إلى العوامل الثقافية أو الاجتماعية - تتجه إلى التلاشي أو الانخفاء - ويقل ظهورها لدى كثيفي المشاهدة ويتواجدون معها بصورة تراكمية.<sup>1</sup>

والاتّجاه السائد هو المكوّن الأول من مكونات الغرس التي أشار إليها "غرينر" فيما أسماه B's<sup>3</sup> والتي يعني بها أن كثافة التّعرض للتّلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى تؤدي إلى:

### Blurring: 1- التلاشي

أي تلاشي أثر الاختلافات التقليدية بين الأفراد وذوياتها.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 27.

## 2- الانسجام أو الاندماج :Blanding

أي انسجام وتوافق صورة الواقع لديهم مع صورة الواقع كما يعرضها التلفزيون.

## 3- التحول :Benging

وهو ثني أو تحول الاتجاه السائد بحيث يعبر عن المصالح المؤسسية لوسائل الإعلام والقائمين عليها.<sup>1</sup>

أما بالنسبة للرّبّين فيذهب "غرينر وزملاؤه" إلى أنه عندما يتّبّع الأفراد في عالم التلفزيون مع إدراكيّهم للواقع أو يتّبّعون معه فإنّ الأفراد يصّحون وكأنّهم قد تعرّضوا لجرعة مزدوجة ذات فعالية من الرسائل التلفزيونية تزيد من حدوث تأثيرات الغرس لديهم.

إذ أن التّطابق بين عالم التلفزيون وظروف الحياة قد يحدث الرّبّين للحدث يؤكّد إلى تأكيد أنماط الغرس، وعلى هذا فالربّين هو الموقف الذي يؤكّد فيه إدراك الفرد المباشر للبيئة الحقيقية إلى زيادة تأثيرات الغرس بالنسبة للمواقف المشابهة التي عرضها تلفزيونياً.<sup>2</sup>

## 4- الانتقادات الموجهة لنظرية الغرس الثقافي:

من بين أهم الانتقادات التي وجهت للنظرية، أيضاً ذكر تداخل فرضيات النظرية مع غيرها من النظريات الأخرى، والغموض في تفسير الوسيلة والجمهور والعلاقة بينهما، فقد أرى "زيلمان" أن كل ما تم التّوصل إليه من نتائج في مجال الغرس هي محصلة معاملات الارتباط لا يمكن الخروج منها بنتائج سببية.

وتتساءل "زيلمان" هل التّعرض للتلفزيون هو الذي يؤكّد إلى الشّعور بالخوف أو أنّ الخوف هو الذي يدفع الفرد إلى التّعرض للتلفزيون؟ ، ورجح زيلمان الاحتمال الثاني حيث اعتبر الذين يشعرون بالخوف يشاهدون التلفزيون كنوع من الهروب والنشاط التّعويضي حتّى يخفّفوا من حدة الخوف لديهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ميرفت الطرايبشي، عبد العزيز السيد، مرجع سابق، 311.

<sup>2</sup> ميرفت الطرايبشي، عبد العزيز السيد، مرجع سابق، 312.

<sup>3</sup> بسيوني إبراهيم حمادي، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط١ ، القاهرة، 2008، ص 119.

**الفصل الثاني:**  
**صورة القتوات الفضائية الخاصة**  
**بالجزائر**

تمهيد:

تعتبر وسائل الإعلام عنصراً مهماً في تحديد وصياغة الملامح الرئيسية للحياة الإنسانية في مجمل نواحيها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك عن طريق تكوين الصورة الذهنية التي تلعب دوراً هاماً في تكوين الآراء وتشكيل الاتجاهات واتخاذ القرارات وتوجيه السلوك.

وسائل الإعلام تعد من أهم القنوات التي تسهم في تشكيل الصور الذهنية في أذهان الناس من خلال ما تتسم به من خصائص تشمل الانتشار السريع والواسع، والاستلاء على أوقات الأفراد ومنافستها الشديدة للمؤسسات الاجتماعية الأخرى في مجال التأثير الجماهيري.

فهي لم يعد دورها يقتصر على نقل المعلومات فقط بل أصبحت تؤدي دوراً لا يستهان به في رسم الصور وتشكيلها للشعوب والدول والمنظمات والأشخاص على حد سواء. فالصور التي تقدمها وسائل الإعلام تشارك في صياغة الصورة الذهنية المستقرة في وعي الأفراد والجماعات، فهي تؤثر على الطريقة التي يفكر فيها الجمهور وترسم صورة ذهنية لديه حول المواضيع التي تتبناها.

ويقوم التلفزيون بدور مهم وكبير في بناء الصورة الذهنية بل والعمل على قولبتها وترويجها فالإمكانيات الفنية التي يتمتع بها التلفزيون والتي تتمثل في الجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون والقدرة على نقل تطورات الأحداث لحظة وقوعها إلى المشاهدين في كل مكان إضافة إلى تواجده.

الفصل الثاني : صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة .

١- لمحة تاريخية عن الصورة الذهنية:

١-١- التطور التاريخي لمفهوم الصورة الذهنية :

يتسم مفهوم الصورة الذهنية بالقدم، حيث اهتم العصر اليوناني بالصور الذهنية للشعوب وساد الاعتقاد بأن لكل شعب من الشعوب صورته الخاصة وملامحه المميزة، إلا أن البعض من الفلاسفة اليونانيين كان يفسر ذلك في ضوء القوى الغيبية وليس في ضوء اختلاف الخصائص الثقافية والاجتماعية للشعوب<sup>١</sup>

وفي العصر الإسلامي، اهتم ابن خلدون بتناول سمات وخصائص الشعوب المختلفة في مقدمته الشهيرة، وأوضح على سبيل المثال أبعاد الصورة الذهنية للشعب السوداني، وكذلك الشعب المصري، والشعب المغربي، وذلك من خلال توضيح الملامح والخصائص التي تميز كل شعب من هذه الشعوب. بحيث فسر ابن خلدون الاختلافات في ملامح الصورة الذهنية لهذه الشعوب في ضوء الاختلافات المناخية والأقاليم الجغرافية، عكس الفلاسفة اليونانيين الذين فسروا اختلافات الصورة الذهنية للشعوب في ضوء قوى غيبية<sup>٢</sup>.

ومع بدايات القرن الثامن عشر ازداد الاهتمام العلمي والبحثي بالصورة الذهنية، وظهر ذلك في كتابات الباحثة "إيمانويل كانت" التي أكدت أن الإنسان لا يستجيب في سلوكياته ل الواقع الحقيقى بل يستجيب ل الواقع المختزن في عقله. وبذلك وضعت "kant" يديها على أهمية دور الصورة الذهنية في توجيه سلوك الإنسان، حيث يستجيب الفرد في سلوكياته لمجموعة الصور المختزنة لديه عن الواقع<sup>٣</sup>.

<sup>١</sup> شادن نصیر ، صورة الشرطة عند الجمهور : الصورة الذهنية والرأي العام. ط4، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 83.

<sup>٢</sup> أشرف أحمد عبد المعیث، دور الإعلام في تكوین الصورة الذهنية للعالم الثالث لدى الشباب المصري . دراسة تحليلية و میدانية كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سنة 1993، ص 52.

<sup>٣</sup> شادن نصیر ، مرجع سابق ، ص 48.

أما في القرن التاسع عشر فقد اهتم علماء النفس بطبيعة الصورة الذهنية ووظيفتها وعلاقتها بتفكير الأفراد، وأسهمت جهود علماء النفس في توضيح مجموعة العوامل التي تسهم في تكوين الصورة الذهني.

وانطلق الاهتمام بالصورة الذهنية إلى الباحثين الأمريكيين خلال القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، وأبرزت إسهاماتهم المختلفة في أن استجابة الأفراد للأشياء والموافق لا تكمن في طبيعة هذه الأشياء والموافق ولكن فيما يعتقدونه عن هذه الأشياء والموافق. وتعتبر إسهامات "ولتر ليبيان" عالمة بارزة في تاريخ دراسات الصورة الذهنية، والتي ترجمها في كتابه "العالم الخارجي والصورة الذهنية"، حيث أكد أن الأفراد يختلفون في إدراكيهم ل الواقع الحقيقي، ويرجع ذلك إلى اختلاف الخبرات القديمة.

وتؤكد الاهتمام بدراسات الصورة الذهنية في منتصف القرن العشرين من خلال البحث الذي أشرف عليه اليونسكو حول "كيف ترى الشعوب بعضها البعض" وتأكد من خلال هذا البحث الرؤية المنهجية الجديدة التي أصبحت تحكم دراسات وبحوث الصورة الذهنية.<sup>1</sup>

وعلى المستوى العربي، بدأ تبلور الاهتمام بالصورة الذهنية ومفاهيمها خلال عقد السبعينيات، وتبع ذلك العديد من الدراسات والبحوث التطبيقية التي اهتمت بالصورة الذهنية وتناولها على مستوى الشعوب والدول.

## 2- خصائص الصورة الذهنية: تتميز الصورة الذهنية بمجموعة من الخصائص منها:

### 2-1 ذات طبيعة بشرية :

تتصف الصورة بالقلم والشمولية، فهي قديمة قدم الوعي البشري ذاته، كما أنها شاملة، معنى أن كل البشر يكونون صوار ذهنية ومتكون باتجاههم الصور أيضاً، وهذه العملية توافقية لا ترتبط بأشخاص معينين، أو بزمان معين بل هي وظيفة بشرية عامة، أو جزء من الطابع البشري.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أشرف أحمد عبد المغيث، مرجع سابق، ص 54.

<sup>2</sup> فهد بن عبد العزيز عسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم الواقع الناس والأشياء، ط1، دار الطوبق، الرياض، 1994، ص 40.

## 2- تجاوز حدود المكان والزمان:

تتميز الصورة الذهنية بخاصية تجاوز حدود المكان والزمان بشكل كبير، فالإنسان لا يتقييد بالحدود بل يتجاوزها ليكون صوار ذهنية عن بلده، ثم قارته، ثم العالم الذي يعيش فيه بل تمتد صوره الذهنية إلى ما وراء المجرة التي يسكنها.

ويرى "إدوين إميري" و"فيليب أولت" أن لكتابه أثراً بالغاً في حياتنا جميعاً وذلك لأنها دليلنا على الماضي، وبفضلها أصبح الإنسان على اتصال بكل ما حصل في الماضي، وبالتالي دخل الماضي نطاق الصور الذهنية فهي ليست حصيلة اللحظة الحالية، كما يستطيع الإنسان أن يكون صوراً عن المستقبل وبالتالي يمكن القول أن للصور جذوراً في الماضي وامتداداً في المستقبل<sup>1</sup> كما يكون الإنسان صوراً ذهنية ليس فقط عن المكان الذي يعيش فيه، ولكن أيضاً على مستوى الأماكن الأخرى التي لم يزورها أو يشاهدها في وسائل الإعلام. فالإنسان يكون صوارً عن الأماكن الأخرى وفقاً لقد ارته التخييلية وقدرته على الاستنتاج بناءً على المعلومات المخزنة لديه. وبذلك يتضح أن الإنسان يكون صوارً ذهنية عن الأزمنة والأماكن المختلفة، وفقاً لمعارفه ومدركاته ومشاهداته وقراءاته الإعلامية، إضافة إلى قدرته على التخيل والاستنتاج .

## 3- الجزئية:

وهي تعني أن الصورة تعبّر عن جزء من الحقيقة لا عن الحقيقة بأكملها، ويظهر ذلك بوضوح حين يسعى الفرد إلى تكوين صورة ذهنية عن حدث ما، فإنه عادةً ما يقوم باختصار أجزاء من هذا الحدث وحذف أجزاء أخرى منه، وإعادة تنظيم وتفسير جوانب ثالثة، وتتطوّي هذه الخاصية على عدة إلى الاستنتاجات لعدم توافر المعلومات الكافية، مما قد يعرض الصورة إلى التشويه والخطأ.

## 4- التجانس والتراكم:

الإنسان وهو ينمو يطور تصوّراً منظماً للعالم، والأمر المهم في هذا التصور هو أن كل جزء يعمل في نطاق الكل ليخلق بناء له معنى، فنحن نستطيع أن نحدد أوضاعنا في ما يتعلق بالزمان والمكان وفي علاقاتنا بالآخرين، بينما نربط أجزاء التصور المختلفة تلك بالتصور الأصلي الذي كوناه فمدركاتنا عن أنفسنا وعن الآخرين وعن العالم متصلة، بحيث أن تجربة الحياة كلها

<sup>1</sup> Boulding, Kenneth, The Image, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 1966 p25

تلئم عند كل فرد فكل تجربة جديدة تجد مكانها في التصور الذي نكونه عن العالم، وكل رسالة جديدة أيضاً تحتل مكانها المخصص لها، بحيث تدعو التجربة السابقة وتويد التصور الأساسي الذي كوناه، ويحدث ذلك مع أي تجربة جديدة، حيث يتم استقبالها وتفسيرها بأنها تضيف إلى التصور الحالي معلومات جديدة أو تدعم التصور الحالي أو تحدث مراجعات طفيفة على هذا التصور أو ينتج عنها إعادة بناء كامل للتصور<sup>1</sup>

## **5-الذاتية والانحياز:**

يرجع البعض اختلاف الصورة الذهنية عن الحقيقة والواقع إلى أن عملية تكوين الصورة هي عملية ذاتية غير موضوعية، وبها قدر كبير من عدم الحياد، بدليل الميل الطبيعي إلى إضفاء المعالم الطبيعية على صورة الذات وأضفاء المعالم السلبية إلى صورة الخصم، فالصورة هي التقسيم المفترض للحقيقة وما نعتقد نحن أنه الواقع .

ولهذا فهي تمثل دائماً واقعاً صادقاً ل أصحابها بغض النظر عن كونها صحيحة أو خاطئة، بل إن إنتاج الصورة أحياناً ما يقفز فوق شرط توافر المعلومات، والحقائق التي يفترض أن تستخدم في هو ما يعني بالتبني أن الفرد منتج الصورة أحياناً ما يستكمل عملية بناء الصورة تحت ضغط التفصيات، والانحيازيات الإيديولوجية الخاصة به، بغض النظر عن كم المعلومات وال Shawad والحقائق المتعلقة بموضوع الصورة.<sup>2</sup>

## **6-المقاومة للتغيير:**

يرى كثير من الباحثين أن من أهم خصائص الصورة الذهنية هي الثبات والجمود، ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيفية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية، بعض هذه المتغيرات يتعلق بالرسائل الواردة، ويمكن إيجاز هذه العوامل في النقاط الآتية:

<sup>1</sup>: على عجوة، العلاقات العامة والمصورة الذهنية، بدون طبعة، عالم الكتب، القاهرة، سنة 1004، ص ص 29، 30.

<sup>2</sup> راجية أحمد قنديل ، صورة اسرائيل في الصحافة المصرية أعوام 1791، 1791، 1792، رسالة دكتوراه، غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1931 ص 34.

- كلما زادت الثقة في صحة ودقة الصورة القائمة، كانت الصورة أقل قابلية للتغيير والتعديل.
- كلما ارتبطت عناصر الصورة بعضها بالبعض الآخر وتوافر التناقض بين مكوناتها الداخلية ازداد الاستقرار في الصورة المكونة وازدت ثباتاً ورسوخاً.
- الصور الذهنية التي تستمر وقتاً طويلاً تقاوم التغيير أكثر من الصور الحديثة.
- يعتمد تعديل أو تعديل الصور القائمة على كمية ونوع الرسائل المقدمة للجماهير حول موضوع الصورة، فكلما كانت الرسائل وفيه وغزيرة ساعد ذلك على تعديل وتغيير الصور القائمة.
- كلما كانت الرسائل المقدمة للجمهور تحمل تقييماً إيجابياً لصاحب الصورة كانت أسهل وصولاً وأكثر قدرة على التأثير، ويأتي ذلك من خلال تضمين الرسائل المقدمة تقييماً إيجابياً حول موضوع أو صاحب الصورة.

## 7-التلون :

ويعني أن الرسالة الإعلامية تتعرض من خلال وسائل الإعلام المختلفة إلى منافسة العديد من الرسائل الإعلامية الأخرى، وتنتأثر المعاني التي تتضمنها الرسالة بالمعاني التي تحملها الرسائل الأخرى نتيجة لهذه المنافسة، وبالتالي تتغير معالم الصورة المنقولة إلى حد ما، فتضاد إليها بعض المعاني التي لم تكن تحملها، وتفقد أخرى كانت تتضمنه.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> وائل ماهر عارف، صورة مصر في الخطاب الصحفي لمراحل الصحافة ووكالات الأنباء العربية العاملة في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، ص 3.

### 3- أنواع الصورة الذهنية:

وتمثل الصور الذهنية في خمسة أنواع حسب "جفكينز" وهي كما يلي:

- ❖ **الصورة المرأة :** وهي الصورة التي يرى الفرد أو الجماعة نفسها من خلالها.
- ❖ **الصورة الحالية :** وهي ما تراه جماعة أو فرد معين عن جماعة أو فرد عن آخر.
- ❖ **الصورة المرغوبية :** وهي التي تود جماعة ما أن تكونها نفسها في أذهان الجماهير.
- ❖ **الصورة المثلثي :** وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير، ويطلق عليها البعض الصورة المتوقعة.
- ❖ **الصورة المتعددة :** وتحدث عندما يتعرض الأفراد لممثلين مختلفين عن جماعة ما يعطى كل منهم انطباعاً مختلفاً عنها، ومن الطبيعي إلا يستمر هذا التعدد طويلاً فإما أن يتحول إلى صورة إيجابية أو إلى صورة سلبية أو أن تجمع بين الجانبين صورة موحدة، تظلها العناصر الإيجابية والسلبية تبعاً لشدة تأثير كل منها على هؤلاء الأفراد.<sup>1</sup>

وهناك تصنيف آخر للصورة وهو :

**الصورة الذهنية الإيجابية :** وهي تلك الصورة التي تتشكل من سمات إيجابية تشير الإعجاب والتأييد، وكلما نجحت المنظمة أو المؤسسة في تشكيل تلك الصورة تزايدت إمكانيات نجاحها، وتحقيق أهدافها. لكن تشكيل هذه الصورة يحتاج إلى بيئة خارجية مناسبة، وثقافة عامة تتتيح إمكانية قبول هذه الصورة واقتناع الجماهير بها، وبذلك نستطيع أن نفهم كيف عملت الشركات عابرة القارات على فرض ثقافة استهلاكية على العالم، والتحكم في وسائل الإعلام للترويج لثقافة ترتبط بالنظام الرأسمالي والعلمية وزيادة رغبات الناس في التسلية والمتعة، ذلك أن هذه الثقافة هي التي تشكل المناخ المناسب الذي يمكن أن تقبل فيها الجماهير صورة إيجابية لهذه الشركات.

**الصورة القومية أو صورة الدولة:** وكل الدول في العالم تسعى إلى تشكيل صورة قومية إيجابية لنفسها سواء داخل البلاد أو خارجها، ولتشكيل هذه الصورة يتم استخدام كل وسائل الإعلام والاتصال وكلما زادت القوة الإعلامية والاتصالية للدولة زادت قدرتها على تشكيل هذه الصورة.

<sup>1</sup> Marion Gilles, *Les Images de L'Entreprise*, ed d'Organisation, Paris 1989, p78

**الصورة النمطية (المقوّبة) :** وهي صورة سلبية تشكّل عائقاً أمام تعرّض الجمهور لرسائل جديدة تتحدى هذه الصورة، كما تدفع الجمهور لاتخاذ مواقف معادية من الدولة أو الجماعة.<sup>1</sup>

**الصورة المدركة :** وهي تتمثّل فيما يلي:

**الصورة المدركة الخارجية :**

ويمكن أن تختلف من جماعة إلى أخرى، بيد أنها بالنسبة للهيئات ذات الطابع الوطني تتميّز بسلطة مستمدّة من الصورة التي يكونها الجمهور العام بشأنها، هذا الأخير الذي يأخذ حيزاً كبيراً من اهتمام المؤسسة.

هذه الصورة الآتية سواء كانت تمت بصلة إلى الحقيقة أم لا، هي موجودة، ولا يغيّر مدى رضا المسيرين أو قلقهم بشأنها شيئاً من طبيعتها.

**الصورة المدركة الداخلية :**

تختلف عموماً عن الصورة الأولى، فالمستخدمون في وضع يسمح لهم بمعرفة نقاط ضعف أو قوة الهيئات، نشاطها، نوعية منتجاتها، وهذه المعرفة مبنية على:

❖ **اللاحظات الشخصية.**

❖ المعلومات التي يتحصلون عليها مباشرةً من الهيئة أو من الإشاعات.

❖ المعلومات المتعلقة بالهيئات والملقطة من خارجها، قراءة الصحافة، حديث الزبائن والمموّنين، إلخ وفي هذا الصدد فإن ما يكونه المستخدمون من أراء وما يملكونه من معارف حول المؤسسة هو المؤثر الأول على صورتها<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية .ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2005، ص.23.

<sup>2</sup> سليمان صالح، المرجع نفسه، ص 24.

### الصورة المبتغاة:

الصور المبتغاة هي الصور المثالية التي تحاول الجماعة أو المؤسسة بلوغها أو تحقيقها والتي ترتبط بأهدافها العامة، غير أنه لا ينبغي تجاهل أنه بين الصورة المدركة الخارجية كما بينتها الدراسات<sup>1</sup>.

### 4- وظائف الصورة الذهنية :

تؤدي الصورة الذهنية مجموعة من الوظائف على مستوى الفرد والجماعة والنظام ككل.

على مستوى الفرد:

تحقق الصورة الذهنية لفرد الاقتصاد في المجهود وذلك بتوفير الوقت والجهد اللازمين لفهم وتفسير حدث ما، أو شيء يعتبره الإنسان جديداً، فالصورة تساعد الأفراد على تفسير الأحداث الجديدة في ضوء خبراتهم القديمة، وصورهم المعهودة.

كما تساعد على تقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد، وهذه الوظيفة متربطة على الوظيفة السابقة إذ أن الفرد عادة ما يقوم بدمج الأشياء الجديدة في الفئات القديمة واعطاء المعنى ذاته الذي تأخذ هذه الفئات. وتقليل عدد المنبهات المحيطة بالفرد تؤدي إلى سهولة إدراكه لهذه المنبهات وإلى زيادة قدرته على فهمها واستيعابها. وتقلل الصور الذهنية من حاجة الفرد إلى معايشة الآخر وتمثيل المعلومات المتعلقة به في كل لحظة. وكل ذلك يعطي لفرد معنى موضوعياً للعالم، إذ توفر الصورة لفرد تصور العالم، يعتقد في صحته وفي موضوعيته.

ويقابل الوظائف المعرفية المرغوبة وظائف معرفية غير مرغوبة أو سلبية تقوم بها الصورة الذهنية وتمثل في التبسيط الزائد عن الحد للأحداث، والبالغة في التعميم، وتشويه الواقع المحيط بالأفراد<sup>2</sup>.

حيث أن الصور والانطباعات القائمة وكذلك أسباب الحقيقة ترتبط بما تقدمه لنا وسائل الإعلام أكثر مما هي وليدة تجارب معينة، إذ أن تقديم وسائل الإعلام للمزيد من المعلومات

<sup>1</sup> سليمان صالح، المرجع نفسه، ص 25.

<sup>2</sup> أيمن منصور ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير "كيف يرآنا الغرب"، ط 1، المدينة برس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004، ص 51.

والأخبار مما يحدث في العالم في اتجاه أحادي يجعل المتألق حبيس تلك المعلومات التي لا يمكنها أن تعبّر عن الواقع بشكل صحيح دائمًا ومنه فإن الوسائل الإعلامية، تعيق المتألق على ربط حياته بالواقع الواسع الذي تحدث في العالم.

معنى ذلك أن الصورة الذهنية التي تطبعها وسائل الإعلام حول الشخصيات والأمم والشعوب لدى متألقها ليست بالضرورة أكيدة وصحيحة بطريقة مطلقة، فكثيراً ما تتسبب هذه الصور الموضوعة حول تلك الظواهر في طمسها وتشويه وقائتها، فليس كل ما يحدث في العالم وتتناقله وسائل الإعلام يكون بالضرورة سليماً وصحيحاً.<sup>1</sup>

ومن الناحية الاجتماعية فإن تكوين الصورة الذهنية من شأنه أن يسهم إيجابياً في تحديد الهوية الاجتماعية للأفراد، كما تسهم في تحديد الدور الاجتماعي لهم. كما توفر أسس التعامل مع الآخرين وعن دوافعهم وطرق تفكيرهم. وتزيد الصور من تقدير الذات نتيجة العضوية في جماعة ما على الاتصال بين الأفراد عندما تكون إيجابية وتؤدي إلى التفاعل الإيجابي بينهم<sup>2</sup>.

على المستوى النفسي، تؤدي الصورة الذهنية إلى الشعور بالأمن والاستقرار إزاء الأخطاء المحتملة وتخفيض حدة الخوف من المجهول، فالتصور الذهني يضيق من نطاق الجهل بالآخرين - أشخاصاً أو أشياء - نتيجة لما يقدمه التصور الذهني من معرفة يمكن أن تكون عليها صور الآخرين خلال التعامل معهم، ومن خلال تضييق نطاق المجهول يستطيع الإنسان أن يبلغ أبعداً لم يكن بسعده بلوغها من خلال حواسه<sup>3</sup>.

ذلك أن الصور الذهنية تلعب دوراً كبيراً في تحقيق التوازن النفسي لدى الأفراد من خلال تمكينهم من التعامل مع الواقع بكل حرية ورضا، لأنها تقوم برسم تصورات كثيرة عن الواقع التي تحدث في العالم الذي نعيش فيه فيصبح الفرد مطلاً على هذه الأحداث بأفكار وقناعات معينة. لكن قد تؤدي الصورة من الناحية النفسية إلى التحيز والتعصب للآراء والأفكار المكونة لديه أو التمركز حول الذات أحياناً وكذلك الشعور بالوحدة وتحمل الصورة أحياناً بعض الإسقاطات

<sup>1</sup> نفيسة نايلي، صورة المرأة من خلال السينما المغاربية، دراسة تحليلية نصية لعينة من الأفلام الجزائرية، التونسية والمغاربية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 72-73.

<sup>2</sup> أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص 91

<sup>3</sup> فهد بن عبد العزيز عسكل، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء، ط 1، دار طوبق، الرياض، 1993، ص 38.

الفردية وما يترتب عنها من سلوك عدواني إزاء الآخرين في الكثير من الحالات.<sup>3</sup> لأن الصورة الذهنية لا يمكنها أن تتحقق دائمًا وظائف مرغوبة من الناحية النفسية، فالفرد أحياناً ومن شدة افتتاعه بالصورة التي يشكلها لنفسه، قد تؤدي به إلى الانحراف عن الجماعة نتيجة افتتاعه بالأفكار التي يحملها حول ظاهرة معينة، وهذا ما قد يؤدي إلى عزله عن الجماعة نتيجة التحيز والتعصب للأراء والأفكار المكونة لديه.

على مستوى الجماعة:

تقوم الصورة الذهنية بعدة وظائف على مستوى الجماعة أهمها تحديد هوية الجماعة والحفاظ عليها فهي تبرز وتدافع عن أرائها واتجاهاتها وقيمها وردود أفعالنا اتجاه كل الفئات والأحداث، وتدعم هذا الشعور لدى كل أفراد الجماعة ربما يتصرف إليها التفكك في مواجهة الجماعات الأخرى. فمن الجانب المعرفي فإن الصورة الذهنية تساعد على وضع نظام للبيئة الاجتماعية والتقليل من المثيرات أو الأخطار المحيطة بالجماعة، وتساهم في عملية التفكير داخل الجماعة.<sup>1</sup>

ومن الناحية الاجتماعية لحياة الجماعة فإن الصورة الذهنية تحفظ إيديولوجية الجماعة وتدافع عنها وبذلك تتحدد الهوية الاجتماعية للجماعة ويتم تبرير ممارسات الواقع الاجتماعي ويساعد هذا كله على وضع نظام للأدوار وال العلاقات داخل الجماعة.

وقد تؤدي الصورة الذهنية بالأفراد إلى الحفاظ على كيان الجماعة في شتى المجالات حول الكثير من الواقع، فالدولة التي يتوحد أفراد شعبها في صورهم الذهنية تكون ذات سيادة وقوة بين باقي الدول وتصبح كل نشاطاتها الداخلية والخارجية مرسومة بدقة وذات قيمة، كما أن التنظيم يكون سيد الموقف بحكم أن الصورة الذهنية تساهم في توطيد العلاقات بين أفراد المجتمع.

وتلعب الصورة الذهنية من الناحية النفسية للجماعة دوراً هاماً من خلال تقليل الشعور بالقلق وعدم اليقين لدى الجماعة، وتوفير رجع صدى إيجابي عن الجماعة ، أي أن الصورة الذهنية في هذا الصدد قد تساعد الجماعة على تحقيق وجودهم بين باقي الجماعات الأخرى عن طريق

<sup>1</sup> فهد عبد العزيز عسكر ، مرجع سابق، ص39.

الرضا على الذات واليقين الذي يساعد أفراد تلك الجماعات على التوحد ومواجهة المستجدات بكل ثقة وثبات .<sup>1</sup>

إلا أن الصورة الذهنية التي تكونها إحدى الجماعات عن الجماعات الأخرى قد تعيق الاتصال معها خاصة إن اتسمت هذه الصورة بالسلبية، وقد تزداد الجماعة تعصباً وتكون صوراً ذهنية تتسم بالتعصب تجاه الجماعات الأخرى، من شأن ذلك أن يحرمنها من التفاعل الجيد مع الجماعات الأخرى داخل المجتمع، بل قد يؤدي في بعض الأحيان إلى توليد مشاعر الكراهة تجاه الجماعات الأخرى مما يهدد الأمن والاستقرار الاجتماعي .

فالصورة الذهنية إذا كانت سلبية فإنها تشوّه في كثير من الأحيان الواقع الاجتماعي الحقيقي وتؤدي على إحداث الصدمات المعرفية للجماعة، ما يؤدي إلى التقليل من قدرة الجماعة على الاستجابة للأحداث الطارئة أو المتغيرات الجديدة.

وتمثل الوظائف الاجتماعية السلبية من الناحية الجماعية في كون الصورة قادرة في بعض الأحيان على تعريف عملية الحراك الاجتماعي، وتسجن الجماعة المشروعة في قالب واحد لا يتغير كما تساهم الصور في تبرير الممارسات العدائية ضد الجماعات الأخرى وتضفي عليها، وتشجع الأفراد على ممارستها، ما يؤدي إلى تكوين صورة ذات اتجاهات عرقية لدى الجماعات الأخرى.<sup>2</sup>

#### على مستوى الأنظمة:

تلعب الصورة الذهنية دوراً مؤثراً على صنع القرار السياسي، وذلك من خلال الصور الذهنية المتراكمة لدى صناع القرار السياسي عن الدول والشعوب الأخرى، كما ترسم الصورة الذهنية المتراكمة لدى صانعي القرار رؤى وسيناريوهات المستقبل. ولذلك تحرص الدول المختلفة على الترويج الإعلامي لصورتها أمام الشعوب والدول الأخرى مما يحرم أطراف عدائية لها من أن تقدم صورة سلبية لها أمام المجتمع الدولي، إلا أن معطيات الواقع تحتم القول أن تحقيق الصورة المرجوة لدى الآخرين أمر لا يتحقق بسهولة ويسر.

<sup>1</sup> نفيسة نايلي، صورة المرأة من خلال السينما المغربية، دراسة تحليلية نصية لعينة من الأفلام الجزائرية، التونسية والمغربية، مرجع سابق، ص 70.

<sup>2</sup> أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص 95، 96.

ذلك لأنه من الصعب أن تتطابق صورة دولة ما عن ذاتها مع صورتها لدى الآخر بين حتى وإن كانوا حلفاءها، مما يتطلب بدل جهود إعلامية حثيثة تساندها جهود اتصالية مباشرة لتعزيز صورة الدول في الخارج لدى الشعوب والدول الأخرى، شريطة أن تعبر هذه الجهود عن الواقع الفعلي أو قريبة منه على الأقل، وأن تقدم ما يثبت ويرهن على صدق الصورة المقدمة.<sup>1</sup>

كما أن للصورة الذهنية وظائف اجتماعية إيجابية على مستوى الأنظمة فهي تساهم في اكتساب النظام للشرعية، وتبرير علاقات القوة والسيطرة داخل النظام، وتبرير استخدام القوة ضد الأنظمة الأخرى، ما يمكن الدولة من تحديد هوية النظام وشخصية القومية، وتمييزها.<sup>2</sup>

أفراد الشعب التابعين لنظام دولة معينة، قد يكونون صوراً ذهنية إيجابية عن النظام في حالة ما إذا كان يستجيب لطموحاتهم ويحقق مطالبهم، وإذا كان مسيطراً على الأوضاع من جميع الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية خاصة وهذا ما يجعل للدولة مكانتها بين الدول الأخرى سواء من ناحية الشرعية أو السيطرة على الدول المجاورة، أو حتى استخدام القوة ضدها، وذلك من خلال الصورة التي تصنعنها لنفسها، واقناع الأنظمة الأخرى بها.<sup>3</sup>

أما الصورة الذهنية إذا كانت سلبية تشهو في الكثير من الأحيان الواقع الاجتماعي الحقيقي، و تؤدي إلى إحداث الصدمات المعرفية للجماعة، ويؤدي إلى التقليل من قدرة الجماعة على الاستجابة للأحداث الطارئة أو المتغيرات الجديدة.

وقد تتسبب الصورة السلبية في إضعاف عملية الاتصال والتفاهم بين الشعوب المختلفة والنظام والأنظمة الأخرى، ما قد يؤدي على استعلائهما عليها وبالتالي على إشعال الحروب معها.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> شاذن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور – الصورة الذهنية والرأي العام – مرجع سابق، ص 136.

<sup>2</sup> أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص 99.

<sup>3</sup> محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعائية، المجلد الثاني، مكتبة لبنان، بيروت، 1973، ص 124.

<sup>4</sup> وليد خدورى، النفط وأجهزة الإعلام الغربية في الإعلام الغربي والعربي، أبحاث ومناقشات ندوة الصحافة الدولية، لندن الإمارات وزارة الإعلام والثقافة، 1979، ص 98-99.

### 5- أبعاد الصورة الذهنية:

هناك إجماع بين معظم الباحثين على أن الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة أبعاد أساسية

تتمثل فيما يلي:

#### أبعاد أو المكونات المترتبة:

ويقصد بهذا بعد المعلومات التي يدرك من خلالها الفرد موضوعاً أو قضية أو شخصاً ما<sup>1</sup>، وتعتبر هذه المعلومات هي الأساس الذي تبني عليه الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخرين وعن الموضوعات والقضايا المختلفة، وبناءً على دقة المعلومات والمعرفات التي تحصل عليها عن الآخرين تكون دقة الصورة الذهنية التي تكونها عنهم، ووفقاً للبعد المعرفي فإن الأخطاء المترتبة في الصورة لدى الأفراد هي أخطاء ناتجة أساساً عن المعلومات والمعرفات الخاطئة التي حصل عليها هؤلاء الأفراد.<sup>2</sup>

#### البعد أو المكون الوجوداني:

يقصد بالبعد الوجوداني الميل بالإيجاب أو السلب تجاه موضوع أو قضية أو شخص أو شعب أو دولة ما في إطار مجموعة الصور الذهنية التي يكونها الأفراد، ويتشكل الجانب الوجوداني مع الجانب المعرفي،

ومع مرور الوقت تتلاشى المعلومات والمعرفات التي تكونها الأفراد وتبقى الجوانب الوجودانية التي تمثل اتجاهات الأفراد نحو الأشخاص والقضايا والمواضيع المختلفة، ويتدرج بعد الوجوداني بين الإيجابية والسلبية، و يؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها حدود توفر مصادر المعرفة، كما يؤثر في بناء بعد الوجوداني خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس الخ ، فاختلاف هذه الخصائص من الأمور التي تسهم في بناء الاتجاهات السلبية، والجانس في هذه الخصائص يسهم في بناء الاتجاهات الإيجابية.

<sup>1</sup> محمد فهمي العطروني، مرجع سابق، ص 125.

<sup>2</sup> محمد سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 97.

### البعد أو المكون الشكلي:

يعكس سلوك الفرد طبيعة الصورة الذهنية المشكلة لديه في مختلف شؤون الحياة، حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التبؤ بسلوك الأفراد، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنها تعكس اتجاهاتهم في الحياة.<sup>1</sup>

### 6- عناصر بناء الصورة الذهنية:

تعتَّد عملية تشكيل الصورة الذهنية عملية معقدة، فمن التحديات الأساسية التي تواجه المؤسسات المعاصرة انهيار الحدود والفاصل بين وظائفها الداخلية وعلاقتها الخارجية، حيث تتشابك العلاقات الداخلية والخارجية للمؤسسة في الممارسات اليومية لأعضائها، وأشار العديد من الباحثين في مجال العلاقات العامة والاتصال إلى أن الصورة الذهنية للمؤسسة تتأثر بعدها عوامل بعضها يتعلق بالمؤسسة نفسها، وبعض الآخر يتعلق بالجمهور المستقبل للمعلومات عن المؤسسة، وكلها يتأثر بالخصائص الاجتماعية والثقافية المجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة، ويمكن أن يجعل العناصر التي تندمج لتشكل الصورة الذهنية في:<sup>2</sup>

### صورة العلامة التجارية:

وتتمثل في درجة النجاح من الاتصال في تكوين صورة إيجابية عن المنظمة بتأثير الثقة في علامتها التجارية

الجامعة الإسلامية

تعتبر صورة منتجات المؤسسة من العناصر المكونة للصورة الكلية لها، فمنتجات أي مؤسسة أو خدماتها ومدى جودتها ومتى قدرتها على مساعدة تغيير في اتجاهات العملاء ومسايرة التطور العلمي في إنتاجها وطريقة تقديم خدمات ما بعد البيع تؤثّر على تقديم الجماهير للأعمال المنظمة أو المؤسسة ومدى كفاعتها وتساهم في تكوين صورة طيبة لها لدى الجماهير

<sup>1</sup> محمد سلطان، مرجع سابق ، ص 98

<sup>2</sup> علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب ، ط 12، القاهرة، 1997، ص 11

تسيير إدارية المؤسسة:

إن إدارة المؤسسة هي الرمز الذي تعرف به لدى الجماهير، من خلال قيامها بالاتصالات الناجحة في إدارة علاقاتها مع الجهات المختلفة حيث تشكل بذلك العناصر الحاكمة للثقافة التنظيمية والتي توجه أداء وعمل إدارات المؤسسة المتعددة من جهة وتحكم تعاملاتها مع الجماهير الخارجية من جهة أخرى وهي الإطار الذي يحدد كل اتصالات المؤسسة ورسائلها الموجهة إلى الجماهير ويرسم صورتها الذهنية لديهم.

بيان الأسلوبية والمنهجية لبيان المؤسسة:

وهي تجسد الأعمال الفعلية للمؤسسة و سياستها الرسمية تجاه المجتمع ككل وجمahir المؤسسة في كل ما يصدر عنها من قرارات وأفعال أي أنها تهتم بالأعمال الحقيقة للمؤسسة وبذلك تعد عاملًا مؤثراً في عواطف الجماهير نحو المؤسسة وكسب ثقفهم وتأييدهم سواء ما يخص الجماهير الداخلية أو الخارجية أو البرامج المجتمعية وبذلك فهي جزء من مكونات الصورة الذهنية لأنها تجسد السلوك الأخلاقي للمؤسسة تجاه المجتمع و الجماهير.<sup>1</sup>

بيان المؤسسة أو المنهجية كبيان لبيان:

تؤثر انطباعات الجماهير عن المؤسسة كمكان للعمل على صورتها الذهنية، من حيث توفير بيئة صحية جيدة للعاملين، وخدمات اجتماعية وصحية وحوافز وأجور، كما يؤثر المظهر الخارجي لها من مباني وأناث ونظام في العمل على إدراك الجماهير لها كمكان متميز للتعامل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> علي عجوة ، مرجع سابق، ص 12.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 12.

## 7- تأثيرات الصورة الذهنية:

ما الذي يدفع بالمؤسسات والشركات والدول إلى اتفاق الكثير من الأموال وبذل الكثير من الجهد من أجل تشكيل صورة إيجابية لنفسها؟ وما الفوائد التي يمكن أن تحصل عليها من الصورة الذهنية الإيجابية؟

إن الإجابة عن هذين التساؤلين تكمن في حقيقة أن الصورة الذهنية الإيجابية من أهم العوامل التي تساعد على تحقيق النجاح، فعلى المستوى الداخلي بالنسبة للمؤسسات والشركات هناك من الآثار الإيجابية المادية والمعنوية ومن أهمها:

زيادة القدرات الإنتاجية للعاملين داخل المؤسسة حيث ثبت أن القدرات تتزايد كلما ازداد رضا العاملين، وكانت تصواراتها لديهم إيجابية وتزايد اعترافهم وفخرهم بها.

تساهم الصورة الذهنية في انخفاض المشاكل العمالية وارتفاع الروح المعنوية للجمهور الداخلي، الأمر الذي يلقي بظلاله على زيادة الكفاءة الإنتاجية.

للصورة الذهنية الطيبة دور هام في جذب رؤوس الأموال وزيادة أعداد المساهمين، وكذلك تساهم هذه الصورة في اجتذاب الموردين والمعتهددين<sup>1</sup>.

تساهم الصورة الذهنية الإيجابية للمنشأة في زيادة قدرة إدارتها على اتخاذ القرارات الصحيحة، ورسم الخطط الطموحة للتوسيع، وتشجيعها على تحقيق المزيد من الأهداف. أما على المستوى الخارجي، فإن الصورة الذهنية يمكن أن تحقق النتائج الآتية:

زيادة ثقة الجمهور .

زيادة فرص الاتصال الحواري بين المؤسسة وجمهورها، وهو ما يؤدي إلى زيادة فرص تقييم الجمهور للمؤسسة، وبالتالي زيادة فرص تطوير هذه المؤسسة.

الصورة الذهنية الإيجابية تلعب دوراً هاماً خلال الأزمات التي تتعرض لها المؤسسة أو الشركة، فهي تقلل من إمكانية اتخاذ الجمهور ل موقف عدائياً ضدها.

<sup>1</sup> رضوان محمود، العلاقات العامة في الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 102.

زيادة إمكانية المشاركة الجماهيرية في الأنشطة والعمليات التي تقوم بها المؤسسة أو المنظمة، وزيادة إمكانية تطوير العلاقات الجيدة بين المؤسسة وجمهورها.<sup>1</sup>

#### 8- دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية:

تتمتع وسائل الإعلام بدور هام في تشكيل الصور عن العالم الخارجي للإنسان، نظراً لأنها تقدم فدراً كبيراً من المعلومات عن العالم، ومن ثم تصبح هذه الوسائل مناسبة أكثر للتأثير لأنها تصيف شيئاً لتصورنا للواقع، وتؤثر بقوة على الطريقة التي نبني بها جوانب من الظروف المحيطة التي ليس لدينا فرصة في الحصول على معلومات عنها، علاوة على ذلك فإن وسائل الإعلام نفسها قد تبني وجهات نظر محددة في المواضيع المطروحة تقدمها في زوايا التحليلات، وتؤثر بها على المتلقى<sup>2</sup>.

وتعمل وسائل الإعلام على تشكيل الصورة الإعلامية من خلال قيامها بثلاثة أدوار، هي: أن تكون ساحة، أو طرفاً، أو أداة لطرح التصورات، فقد تلجأ الحكومات أو القوى السياسية المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام كساحة تطرح فيها تصوراتها، وقد تكون وسائل الإعلام طرفاً فعالاً له مفاهيمه وتصوراته الخاصة التي يسعى لتشكيلها، أو قد توظفها جهات ما كأدلة لدعم أو تثبيت تصوراتها، وربما تتدخل الأدوار الثلاثة مع بعضها وتفاعل؛ لتصبح وسائل الإعلام ساحة وطراً وأداة في نفس الوقت.<sup>3</sup>

ويرى "شرام" إن ما نسبته 70% من الصور التي يبنيها الإنسان لعالمه مستمدة من وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تعد احتمالات تأثير الفرد بما يتعرض له من وسائل الإعلام احتمالات كبيرة ، كون هذه الوسائل من أكثر العوامل الضاغطة على المجتمعات لدفعها باتجاه قولبة الإنسان فرداً أو جماعة، كما يبدو ذلك جلياً من خلال الرسائل التي توجهها شبكات الإعلام الغربية التي تعمد إلى زرع مفاهيم النزعة الفردية وتغييب التباين الاجتماعي، والتركيز على التعددية كمبرر لناتج ممارساتها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> رضوان محمود، مرجع سابق، ص 103.

<sup>2</sup> عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ط 4 (إربد: مطبعة الكتاني، 1998م) ص 174.

<sup>3</sup> حماد إبراهيم، "صورة الولايات المتحدة الأميركيّة في الصحافة المصريّة"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 1986م، ص 30.

<sup>4</sup> حميد الدليمي، علم اجتماع الإعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، ط 1 (عمان: دار الشروق، 2002م)، ص 115.

فيما يشير "عصام موسى" إلى أن الاتصال على اختلاف أنواعه ومستوياته يقوم بدور أساسي في عملية نشوء الرأي العام وتكونه عبر مختلف المراحل التي مر بها، فحين تشد إحدى القضايا انتباه الناس، فإنهم يفكرون بها، ويناقشونها فيما بينهم، ويتسع النقاش في الأمور الجدلية فيشمل الجماعات الصغيرة، ثم ينتقل إلى وسائل الإعلام التي تقدم المعلومات عن القضية وتعرض لوجهات النظر المختلفة بشأنها وتعمل وسائل الإعلام على إيصال تلك المعلومات إلى جميع الأفراد في مختلف أنحاء البلاد، فيشاركون الآخرين اهتماماتهم بالقضية. كما وأن وسائل الإعلام تؤدي دوراً رئيساً في التأثير على وسائل الرأي العام.<sup>1</sup>

ويرى "ليرنز" أن وسائل الإعلام الجماهيري تلعب دوراً كبيراً في تحريك الناس وبالذات في عملية التقمص، حيث إنها تسهم بكافأة في نشر التعبئة النفسية بين الناس، ومن ثم توسيع آفاق الناس وتزويدهم بعناصر تردد تطلعاتهم، وتشحذ خيالهم بخبرات الآخرين. حيث تنتقل وسائل الإعلام بمعظم الناس - العاجزين عن السفر - إلى الدول والمجتمعات الأخرى، من خلال ما تقدمه لهم من التاريخ البشري ومكانتها في الصراع الدائري بين الحضارات، وكذلك مواقفها من قضاياهم ومشكلاتهم<sup>2</sup>.

وتمكن الباحثون من تحديد أربع طرق مختلفة تترك وسائل الإعلام عبرها آثارها على الرأي العام، وهذه الطرق هي:

- ❖ تمكين الناس من الإحاطة بما يجري في العالم (أسلوب التعليم واكتساب المعلومات) .
- ❖ تحديد القضايا والأحداث السياسية الهامة أو مشاكل الساعة (أسلوب ترتيب الأحداث)
- ❖ لعب دور تأثيري في تحديد من السياسيين ينبغي لومه أو مكافأته بشأن الموضع والأحداث التي توردها الأخبار (تحديد المسؤولية).
- ❖ أسلوب التأثير على الخيارات والميولات السياسية للناس (الإقناع) .

<sup>1</sup> عصام موسى، مرجع سابق، ص 174.

<sup>2</sup> حنان سليم وحسام سالم، "صورة الغرب كما يعكسها الإعلام العربي: دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، القاهرة، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2002م. ص 513.

وتؤكد "جيحان رشتي" أن وسائل الإعلام تسهم في صنع الواقع لقدرتها على صنع (الأجندة) بإعطائها أهمية لقضايا وأحداث معينة، فالجمهور يتعلم الحقائق وأهمية تلك الحقائق مما تنقله وتفسرها وسائل الإعلام، وهي بذلك تشكل الإدراك والآراء تجاه القضايا، وتكون اتجاهات أو مواقف تجاه الأفراد الذين يشاركون في تلك القضايا، ومن هنا يعتبر الجمهور بعض القضايا أو الموضوعات أكثر أهمية من غيرها.<sup>1</sup>

كما تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بتضخيم هذه الصورة بدرجة كبيرة وطبعها بقعة في الأذهان إلى درجة أن القارئ أو المستمع أو المشاهد يشعر في أحياناً كثيرة أنه التقى فعلاً بالشخصيات التي تتناولها وسائل الإعلام على الرغم من أنه لم يقابلها قط، ذلك أننا ننشئ علاقات مع هؤلاء الأشخاص المعنويين كما ننشئ علاقات مع أصدقائنا.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> جيحان رشتي، "الإعلام العربي وقضايا المرأة"، مجلة البحث والدراسات العربية، العدد 22 ، ديسمبر 2002م، القاهرة، ص 30.

<sup>2</sup> ستيفن إينز لايبير وأخرون، لعبة وسائل الإعلام: السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة: شحادة فارع، ط 1 عمان: دار البشير للنشر والتوزيع، 1999 ، ص 133

**خلاصة:**

من خلال ما تطرقنا اليه في هذا المبحث يتضح لنا ان أهمية للصورة الذهنية وظيفة أساسية ترتبط بمختلف وظائف العلاقات العامة الأخرى وفي الوقت نفسه تعد وظيفة مدعاة لكافه الوظائف الأخرى وللمؤسسة بشكل عام. فكلما كانت الصورة الذهنية للمنظمات لدى جمهورها إيجابية كلما استطاعت ان تعمل في مناخ جيد يتيح لها تحقيق أهدافها وأداء رسالتها وتقديم خدماتها، حيث يتفهم الجمهور دورها ويتقبل التعاون معها ، أي ان هذه القطاعات والمنظمات تعمل في اطار الصورة الذهنية المترتبة عنها في اذهان الجمهور الذي يتعامل معها.

المبحث الثاني : مدخل الى البث الفضائي التلفزيوني.

نشأة البث الفضائي:

تعد الإذاعة المرئية أهم وسائل الاتصال في الوقت الحاضر ومن أخطر الوسائل الإخبارية والتربوية والإعلامية لما تتمتع به من خصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل أخرى، ويمكن ارجاع بداية التطوير بالإذاعة المرئية لعام 1839 على يد العالم الفيزيائي (الكسندر أدموند بيكيل) وفي عام 1884 اخترع الألماني (بول نيكو) عملية المسح الصوري الأسطوري والمرئي والميكانيكي وطورها فدخل التلفزيون عصور تجريبية جديدة ، كما واصلت شركات مثل شركة "R.C.A" أبحاثها الخاصة بالتلذفزيون في مدينة نيويورك عام 1930 وفي عام 1936 كان في استطاعة أجهزة الاستقبال المرئي التقاط الإشارة عن بعد ميل واحد، لقد طور استخدام التلفزيون بعد ذلك حيث أدخلت عليه تحسينات كبيرة وسارت الدول في انتقامه كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير.<sup>1</sup>

لقد أخذت الإذاعة المرئية في النصف الثاني من القرن العشرين كعجزة القرن حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته على سلوكه مشكلة لشخصيته من خلال ما يمنحه المسيطرة على شركات الاعلام من ثقافات يريدون للمتلقى التشبع بها ، ويقول (بروشين) أن الإذاعة المرئية تعد أروع عدسة لها هذه الزاوية المشعة التي اخترعها الإنسان<sup>2</sup> ، والتلفزيون التربوي له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الانسان المعاصر ، وفي المنطقة العربية كان النظام الإعلامي العربي يستقبل الوسائل المرئية كوسيلة اتصال حديثة ومن الضروري الإشارة إلى نقطتين لعبتا دورا كبيرا في نشأة التلفزيون العربي وهما:

- التلفزيون أصبح ضرورة إعلامية لعالمنا.
- تفهم القادة والحكام العرب بالدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون كوسيلة مهمة لإدارة: الشعوب سياسياً واجتماعياً.<sup>3</sup>

وقد ظهر في لبنان عام 1949 وفي الجزائر والعراق عام 1956 وفي مصر وسوريا عام 1960 وفي الكويت عام 1961 وفي الجمهورية العظمى والأردن عام 1968 ، حيث أن أول بث تلفزيوني في الوطن

<sup>1</sup>. د. فاطمة حسين عواد. الاعلام الفضائي. ط1. عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009، ص86.

<sup>2</sup>. د. فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2003، ص34.

<sup>3</sup>. د. فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، المرجع نفسه، ص34.

## **صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة**

العربي بدأ في عام 1947 في المملكة العربية السعودية عندما قامت شركة أرامكو ببناء محطة تلفزيونية، أما بما يتعلق بتطور الفضائيات عبر الأقمار فقد ظهر في كل من الاتحاد السوفييتي والولايات المتحدة الأمريكية كملاحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل فرنسا والصين واليابان، ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية تم التغلب على العديد من المشاكل الفنية المتعلقة بإيصال الأقمار الصناعية إلى مداراتها وعند الانتهاء من هذه المرحلة ستكون عملية الارسال والاستقبال كالتالي:

محطة الارسال الأرضية إلى القمر الصناعي إلى المشاهدين وبذلك يتم اختصارها عامل الزمن، وتنتمي عمليات التحكم في الإشارة وكذلك في المواد الاذاعية المرسلة إلى المتلقي.<sup>1</sup>

### **نشأة القنوات الفضائية العربية:**

قامت الدول العربية في عام 1990 بإطلاق قمرها الصناعي الرائد عربسات (1) ثم اتبעה بعربسات (2) وكانت يغطيان بثهما دول المنطقة والعديد من الدول المجاورة لها، وبعض البلدان الأوروبيية.<sup>2</sup>

وكان لهذين القمرتين دورهما في توفير البديل الملائم نسبياً للمواطن العربي والمسلم لمشاهدة قنوات هذين القمرتين والابتعاد عن ما يعرض في الأقمار الأخرى، وأطلقت مصر في أواخر التسعينات القمر نايلسات 101 لأغراض البث التلفزيوني التجاري والاتصالات وكان هذا داعماً لغرض القمرين السابقين، وبعدها دخل عدد من دول المنطقة إلى النادي الفضائي ومنها إيران وتركيا وباكستان، والهند.

لقد بدأت مصر بإنشاء أول قناة فضائية عربية سنة (1990) عبر القمر العربي عربسات بهدف ربط المغتربين المصريين بدولتهم الأم عن طريق التأثير الإعلامي فيهم ، وإطلاعهم على جوانب التغير الإيجابي في بلدهم ثم مخاطبة بقية المنطقة العربية والافريقية، ثم اتسع الخطاب المصري الفضائي حتى بلغ حالياً (63) دولة وقد بلغ عدد القنوات المصرية الموجهة للأمريكيين والغرب نحو ثلات قنوات وهي "النيل الدولية، والنيل للدراما، إضافة إلى الفضائية المصرية" وفي أواخر العام نفسه بدأت السعودية بإرسالها الفضائي إلى العالم مركزة على البرامج الثقافية والعربية - في بادئ الأمر - بسبب مكانة هذه

<sup>1</sup>- د. عبد الرزاق محمد الدليبي، مدخل إلى وسائل الاعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص47.

<sup>2</sup>- د. طه أحمد الزيدى، د. حسين عليوي الطائي، د. يسري خالد إبراهيم، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفتاته، ط1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2002، ص21.

## صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

الدولة دينياً وثقافياً في المنطقة والعالم، وقد بدأ ذلك بنقل الصلوات اليومية مباشرةً من الحرم المكي أو النبي، وكذلك لمتابعة شعائر المناسبات الإسلامية مثل شهر رمضان وموسم الحج وخطب الجمعة والأعياد.

ثم تابعت الدول العربية في إنشاء قنواتها الفضائية حتى أصبح لها جميعاً قنوات ارتبط معظمها بوزارات الإعلام أو جهات رسمية أخرى، فالكويتية بدأت بها عام (1992) وقناة دبي الفضائية وتونس وأبوظبي في العام نفسه أيضاً، وشهد عام (1993) إطلاق القنوات الفضائية اللبنانية والأردنية والمغربية والعمانية ثم سُت قنوات مصرية أخرى على القمر الصناعي (نيل سات) وفي عام 1994 ظهرت إلى النور قنوات عربية أخرى هي : (السودانية ، الجزائرية ، و الموريتانية) وشهد عام 1996 انطلاق القناة الفضائية السورية، وفي العام الذي أعقبه انطلقت قناة (ال بي سي) اللبنانية والقناة الليبية ثم اليمنية وقناة الشارقة الفضائية، ثم كانت قناة عجمان الفضائية سنة 1998 أما القناة الفضائية العراقية فقد تأخرت حتى

تاریخ 18 تموز 1998.<sup>1</sup>

### أهمية القنوات الفضائية:

- يمثل البث الفضائي ثورة في ميدان الاتصال البشري ومنذ ظهور التلفزيون أعيد تصميم غرف الجلوس، وظهرت في الأسواق كراسٍ خاصة به، وموائد صغيرة للأكل أثناء مشاهدته وأطعمة جيدة سريعة التجهيز وقد استطاع أن يشد إليه اهتمام الناس بدرجة هائلة عندما نقل إليهم سلسلة من العروض الحية والفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالبية الثمن إلى ضرورة حقيقة.<sup>2</sup>
- أن التلفزيون أصبح يتميز بقدرة خارقة على الاقناع والتأثير والسيطرة لقد أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال.... فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلاً من القصور الرئاسية فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها أنها تكمن ببساطة من هيكلة خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام.<sup>3</sup>

1- د. طه أحمد الزيدى، د. حسين عليوي الطانى، د. يسري خالد ابراهيم، المرجع نفسه، ص.22.

2- رائد محمد عبد ربه، عکاشة محمد صالح، مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الخبرارية للنشر والتوزيع، 2009، ص.ص.103-104.

3- فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص 141.

- ويختصر المفكر الفرنسي المعروف ببير بورديو (Pierre Bourdieu) في كتابه: (التلفزيون وأليات التلاعُب بالعقل) أهمية هذه الوسيلة الإعلامية بقوله (يمارس التلفزيون تأثيره في الصحف حتى تلك الأكثر نقاء وكذلك في الصحفيين الذين يستسلمون لموضوعات التلفزيون وقضائياه وباستطاعته أن يجمع حول نشرة أخبار الثامنة مساءً عدداً من المشاهدين أكثر من كل هؤلاء الذين يطّلعون على صحف الصباح والمساء مجتمعين).
- وفي محاضرة له في معهد الأعداد الإعلامي في دمشق يشير الإعلامي اللبناني د. عدنان ياسين إلى دراسة أجرتها شبكة (سي بي سي) الإخبارية وخلصت فيها إلى أن: 65% يشاهدون الأخبار في التلفزيون 30% من الصحف 3% الراديو و2% في المجلات.<sup>1</sup>
- وبعد التلفزيون اليوم الاختراع الوحيد من بين الوسائل الاتصال الجماهيرية المتعددة الذي حقق رغبة إنسانية لم يسبق أن تحققت من قبل اذ استطاع أن يجعل الإنسان يتعايش في مكانين بآن واحد ويدرك أن ما يشاهده أو يسمعه وهو في الحقيقة واقع بالحال وأن ما يشاهده ويمسه بأن الناس الذين يشتراكون في البرنامج موجودين معه وأن أبصارهم عالية ببصره بل حتى يخيل إليه أنه يكاد يعرفهم.<sup>2</sup>
- وهكذا أصبح التلفزيون نافذة واسعة على العالم كما وصفه (موريس ويجن) ناقد جريدة "ساندائي تايمز" الذي قال: التلفزيون.... بديل للرحلة والصحبة بينما نحن منكمشين في مخابئنا نستخدمه كمنظار يتبيّن به الناس والعالم" ، وقال "تيونن مينو" رئيس لجنة الاتصالات الفيدرالية" إذا لم تعرف ما يجري على شاشة التلفزيون فأنت تقضي العالَم كله" وبساطة أعطى المتفرج الإحساس بأنه ينظر إلى الحياة من منظور جديد عليه وغربي وهام، وأنه يلتقي بالناس ويرى الأشياء التي لو لا هذه الوسيلة لحرم من رؤيتها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- جمال حاسم محمود، التقرير الخبري التلفزيوني، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية 23، العدد الثاني، دمشق سوريا(1)، 2007، ص ص 545-546.

<sup>2</sup>- عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، دار جوير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 28.

<sup>3</sup>- رائد محمد عبد ربه، عكاشه محمد صالح، مرجع سابق، ص 104.

## أهداف البث الفضائي:

يتبادر إلى أذهان لذى الحديث عن اعلام فضائي هادف جملة من الأسئلة المشرعة وأول ذلك الأسئلة هو: هل هناك حاجة ماسة إلى اعلام فضائي هادف؟ وهل يتحمل الفن التلفزيوني الميال بطبيعته إلى النزعة الترفيهية والتسويقية أن يكون هادفا؟ وإذا سلمنا جدلا بذلك فيما مواصفات ذلك الاعلام الفضائي الهدف؟ وهل يمكن أن ينجح في إثارة اهتمام المشاهدين وجذب انتباهم؟ وهل يستطيع أن يحقق المعادلة الصعبة في الجمع بين الجدية والمضمون ومتاعة العرض؟

وهناك أسئلة أخرى تتعلق بـ(صناعة الاعلام الفضائي الهدف)، فمن الذي سيصنع هذا الاعلام، ومن الذي يسمو له، وهل سيكون إعلاماً موجهاً تموله الحكومات أم اعلاماً تجارياً تحكمه قوانين العرض والطلب؟ إنها أسئلة كبيرة حقاً تصعب الإجابة عنها جميعاً في مثل هذه العجالات، ونكون مخادعين أنفسنا والقراء إن زعمنا أننا نمتلك الإجابات الشافية لتلك الأسئلة الكبيرة، ولكن لا بأس من محاولة الاجتهاد لعل فيها ما يفتح الآفاق لحلول مشمرة بناءة.

وبادئ ذي بدء لا بد من القول ألم حاجة مجتمعاتنا إلى إعلام فضائي هادف حاجة ماسة من عدة وجوه، منها:

1- أن التلفزيون اليوم أصبح وسيلة إعلامية رئيسية في حياة الناس، فمشاهدوه بالملابس وهو في ازيد مطرد وسوق القنوات الفضائية تشهد ازدهاراً لا مثيل له.<sup>1</sup>

2- أن التلفزيون يتملك عناصر عديدة للجذب والاستقطاب مما يجعله أحد أخطر الوسائل الإعلامية تأثيراً في مجتمعاتنا.

3- أن سوق الفضائيات العربية بالتحديد تفتقر إلى القنوات الجادة والمتخصصة كما هو الحال في المجتمعات الغربية التي استعرنا منها هذه الوسيلة الإعلامية.

- أن النجاح النسبي الذي تحقق لبعض القنوات الفضائية موقعاً مرفوعاً في اهتمامات المشاهدين العرب، وفضلاً عن ذلك كله فإن النظرة الموضوعية لطبيعة مجتمعاتنا العربية وموقعها تدل على أن هذه المجتمعات متدينة ومحافظة وهي لذلك لا تنظر إلى وسائل الاعلام باعتبارها وسائل

<sup>1</sup>- د. فاطمة حسين عوادة، الاعلام الفضائي، مرجع سابق، ص 102.

للترفيه والتسويق فحسب بل تطمح أن تؤدي هذه الوسائل أدوارا ذات طبيعة تثقيفية وتعليمية وتنويرية.<sup>1</sup>

- إن الاعلام الفضائي الهدف الذي نشهده ليس كذلك، بل هو على العكس من ذلك تماما، فهو:

1- اعلام عصري في مضمونه وأسلوب عرضه، يمنح من تراث الأمة ويستوعب معطيات العصر فيمزج بينها بذكاء وحكمة ليقدم للجمهور مادة إعلامية تتطرق من ثوابتهم الركيزة وتمس متغيرات حياتهم في أسلوب مشرق لا تكلف فيه ولا جهود.<sup>2</sup>

2- اعلام مهني راق يرتكز على خصائص الوسيلة التلفزيونية التي يخاطب من خلالها الناس ويوظف التقنيات الحديثة لخدمة الرسالة والوصول إلى الهدف.

3- اعلام منفتح فكريا وحضاريا فلا ينغلق في "جيتو الأدلة" بل ينفتح على الحياة والناس والعالم لأنه ينتمي إلى دين العالمين كافة.

وحضارة تفاعله مع الخيارات الأخرى على مر العصور، وأنه يدرك أن العالم اليوم تحول إلى قرية كونية لا مجال فيها للعزلة أو إدعاء طهارة ذاتية!

ونحسب أن اجتماع هذه المعالم الثلاثة الرئيسية العصرية -المهنية-الانفتاح الفكري والحضاري هو أكبر نجاح اعلام فضائي هادف في زمننا هذا.<sup>3</sup>

#### إيجابيات القنوات الفضائية:

لابد من التقرير بادئ ذي بدأ أن القنوات الفضائية ماهي إلا وسيلة وأن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام، وأن مكانتها فيما تتعلق بالإيجابيات إنما هي في إمكاناتها الواسعة في الانتشار والجذب باعتبار أنها اليوم أداة الاتصال الكونية الأولى وبعد مضي أكثر من ثلث قرن على انطلاق أول قمر صناعي في الفضاء عام 1958م تكون القنوات الفضائية بما حازته من اهتمام متزايد على مستوى العالم قد تبرأت الصدارة من وسائل الاعلام المعاصر.

1- د. فاطمة حسين عوادة، الاعلام الفضائي، مرجع سابق، ص103.

2- د. عبد الله فتحي الظاهر، د. علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية: في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العالم على العراق نموذجا دراسة في النقد والتحليل، ط-1، عمان، دار غيادة للنشر والتوزيع، 2013، ص28.

3- د. عبد الله فتحي الظاهر، د. علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية: في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العالم على العراق نموذجا دراسة في النقد والتحليل، مرجع سابق، ص 29.

ونحن عندما تتناول الفنون الفضائية بالدراسة بحثاً عن أفضل السبل للانتفاع بمزاياها الاتصالية إنما تفعل ذلك إدراكاً منا باختلاف واقعنا عن واقع أجدادنا فيما يتعلق بعالم الاتصال الذي مر بمراحل مختلفة "فمن طريق الاتصال الشفاهي والشخصي إلى الطريق الاتصالي الإلكتروني السريع، ومن طريق أنظمة الاتصال الموجهة إلى طريق أنظمة الاتصال المشاركة وعن طريق الرسائل العامة الموجهة إلى طريق الرسائل الفئوية المتخصصة.

ومن طريق الاتصال الهاتفي الشخصي إلى طريق الاتصال الحاسوبي المشارك والمصحوب بالصوت والصورة وأخيراً من طريق الاستقبال السلبي للرسائل الاتصالية إلى طريق الاستقبال المتقابل والمتراسل بين المرسلين والمتلقين.... فالتقنية المتقدمة أو العالية، قد مهدت الطريق أمام الإنسان ليسير نحو الفضاء البعيد ويسطير على الوقت، وليحصل على المعلومات ويتبادلها مع الآخرين أياماً<sup>1</sup>. ومن ثم فالفنون الفضائية بما وصلت إليه هي وسيلة الاتصال الأكثر استثماراً، والأوسع مدى، والأكثر جذباً واغراء لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة، واستخدامها مما يحقق الظهور لدين الله وهذه أبرز إيجابياتها، ذلك أن سطوة الإعلام الفاجر، وطفوان المعلومات غير السوية، وأثره على بصائر البشر وبصائرهم، قد أوجج نار الحيرة والقلق في النفوس ووجهها نحو التطلع إلى طريق الهدى والنور ، وكل ذلك مما يعمق الإحساس بأهمية استثمار طاقات الفنون الفضائية في الدعوة إلى الله. حيث إن الناس كل الناس في أمس الحاجة إلى جهد اعلامي يجعل الدين ثقافة الناس، والفنون الفضائية وسيلة العصر المناسبة بحكم تطورها، وشدة جذبها للناس، على مختلف طبقاتهم، واستخدامها في بث معان تحارب الرذيلة وتتركي حذوة الإيمان في النفوس وتؤكد الترابط الاجتماعي، وتسهم في بناء المجتمع الفاضل، والأمة الملزمة، وهذا يجعل تلك الفنون من ضرورات العصر.<sup>2</sup>

وما دام أنه مطلوب من المسلمين "الحسان البلاغ"، فلن يكون ذلك ممكناً مالم يحسن المسلمون كيفية البلاغ العصرية المرتبطة في حقيقة الأمر بطبيعة تطور وسيلة الاتصال التي تحمل معاني الإيمان

<sup>1</sup>- د. فاطمة حسين عوادة، الإعلام الفضائي، مرجع سابق، ص94.

<sup>2</sup>- د. فاطمة حسين عوادة، مرجع سابق، 95.

والحق والصدق والعفاف والطهر والنقاء في كفاية واقتدار ، وهي في عالم اليوم متربع على عرশها

القنوات الفضائية التي تبثها برامجها عبر الأقمار الصناعية.<sup>1</sup>

#### التأثيرات السلبية:

بالمقابل إذا أردنا أن نستعرض السلبيات الموجودة في الفضائيات فإنها تشتراك مع السلبيات الموجودة في التلفاز ، ولكن هناك سلبيات موجودة في الفضائيات لا توجد في البث التلفزي العادي منها:

1- وجود القنوات الماجنة والفنية التي تجعل من العري والخلاعة بصناعة لها.

2- وجود القنوات التي تعمل على التبشير والتتصير في المجتمعات الإسلامية.

3- جعلها وسيلة لنشر المذهبية والطائفية المقيمة مما يلقي بظلاله على تمزيق شبح المجتمع العربي والإسلامي.

4- استخدام الفضائيات في مجال الحرب النفسية على الإسلام والمسلمين وكان ذلك جلياً واضحاً في حرب أفغانستان والعراق في ترويجها للأكاذيب.

5- الترويج لمفاهيم سطحية عملت على صرف الناس عن قضاياهم المصيرية والمفصلية والجوهرية.

6- وشخصيات يتم من خلالها تمرير الأكاذيب والافتراط على الإسلام أو توظيف شخصيات باعت دينها أو قيمها للهدف نفسه.

7- صرف المسلمين عن بعض عباداتهم وشعائرهم أو التهاون بها بسبب إقبالهم الكبير على متابعة القنوات الفضائية.<sup>2</sup>

8- نشره لبعض المفاهيم والمصطلحات والتي تتعارض مع العقيدة والأخلاق والقيم والعادات.

9- يغفل الأفراد عن القراءة والمطالعة، كما يشغلهم عن إنجاز أعمالهم وأداء واجباتهم.

10- يعرض برامج تدعو إلى العنف والقسوة، وتؤدي إلى شيوع الرذيلة والجنس، والاحتيال، والجريمة.

11- يعتاد المشاهد من خلاله على الانبطأة والوحدة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- د. عبد الله فتحي الظاهر، د. علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية: في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العالم على العراق نموذجا دراسة في النقد والتحليل، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص15.

<sup>2</sup>- د. طه أحمد الزيدى، د. حسين علويي الطانى، د. يسري خالد ابراهيم، المرجع نفسه، ص37.

<sup>3</sup> عبد العزيز شرف :المدخل إلى وسائل الإعلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، المسرح، أقمار الاتصالات، دار الكتاب المبني، ط2، بيروت، 1989م. ص469 .

خلاصة:

شهدت العصور ثورة في ميدان الاتصالات السلكية واللاسلكية ، ويعود الفضل إلى الأقمار الصناعية التي سمحت بنقل الإشارات التلفزيونية من أماكن البث إلى ملايين البيوت في مختلف أنحاء العالم ، ويشير ذلك إلى زوال موانع التحكم والرقابة ، وأن جهاز التلفزيون في المنزل أصبح بفعل الأقمار الصناعية عالية القوة ينقل أي إشارة أو رسالة من كل دولة في أرجاء المعمورة ، لكي يشاهدها المواطن وهو في منزله ، وهو ما دفع البعض للحديث عن القرية العالمية أو العولمة الإعلامية كنهاية عن زوال الحدود و المواقع الجغرافية أمام الإرسال التلفزيوني الفضائي .

ورغم محاسن الفضائيات إلا أنها تقابلها مساوئ ومضار خطيرة أيضا خاصة على المجتمع فهي تفتح نافذة على الآخر فتنقل لنا ثقافات وعادات وقيم غريبة على مجتمعنا، كما أنها قد تكون شديدة التأثير على الجمهور ويمكنها التحكم والسيطرة على الرأي العام، لذا نجد الصراع القائم لامتلاكها لأنه كما يقال من امتلك الإعلام فقد امتلك القوة.

**تمهيد:**

شهدت الجزائر في الآونة الأخيرة وخاصة بعد الخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة في أبريل 2011 تغيرات كثيرة في مختلف المجالات: السياسية، الإجتماعية وخاصة الإعلامية منها وهذا في سياق الأوضاع التي عرفتها الساحة العالمية بصفة عامة والعربيّة بصفة خاصة وكذا التطورات التي فرضتها تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة.

وبعد قرابة أكثر من خمسين عاماً من إحتكار السلطة الجزائرية للقنوات التلفزيونية والإذاعية، هاهي الآن تعطي الضوء الأخضر لرفع الإحتكار وفتح مجال السمعي البصري، الذي جاء متأخراً مقارنة بالدول الأوروبيّة وكذا العربيّة، التي سبقتنا إلى هذه التجربة، وإرتأت خوضها حتى قبل صدور قانون الإعلام.

فقد شرعت بعض القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة عملها، عبر بث فضائي تجاري يأتي من دول عربية أو غربية، في إنتظار تكريس الإنفتاح الموعود قانونياً بالداخل بصدور التشريع المنظم لفتح السمعي البصري بالبلاد أمام الاستثمار الخاص ومن أهم القنوات الخاصة نجد: الشروق تي في، النهار تي في، قناة نوميديا نيوز تي في، الهقار وقناة المغاربية...إلخ.

### المبحث الثالث : القوات الفضائية الخاصة بالجزائر.

#### 1- لمحة تاريخية عن القطاع السمعي البصري بالجزائر:

تعود الملامح الأولى للقطاع السمعي البصري في الجزائر إلى تاريخ ظهور الإذاعة والتلفزيون خلال الحقبة الاستعمارية ، حيث أدخل الفرنسيون الإذاعة لأول مرة عام 1924 ، وكانت موجهة في بادئ الأمر ، إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين في البلد ، لتعديل وجهتها فيما بعد ، خاصة مع إندلاع المضفرة ، أين سارعت السلطات الاستعمارية لإنشاء أول محطة تلفزيونية بالعاصمة الجزائرية في 24 ديسمبر 1956 ، وذلك دعماً لمحطة الراديو التي أنشأت لتعبئة الشعب الجزائري ضمن مخطط هدفه الأساسي إستمالة الجزائريين وعزلهم عن الالتحاق بالثوار في الجبال .<sup>1</sup>

سعت البرامج الفرنسية لإنزاع القيم الوطنية من الجزائريين وتجريدهم من هويتهم الأصلية، كما كرست اتفاقيات إيفيان الممضدة بين السلطات الجزائرية والفرنسية، تبعية القناع الإذاعي والتلفزيوني للسلطات المستدمرة، رغم مغادرتها التراب الوطني مجردة عام 1962.

نصت هذه الاتفاقيات الممضدة بين الجانبين على تأجيل مسألة الفصل في موضوع هذه المؤسسة الإعلامية إلى مرحلة لاحقة، والتي لم تحدد بتاريخ مضبوط، فلم يتمكن الإعلام الجزائري من التخلص بشكل فعلي من هذه السيطرة الفرنسية على قطاع الإعلام، إلا بتاريخ 28 أكتوبر 1962، أين استرجعت الجزائر السيادة على محظي الإذاعة والتلفزيون.<sup>2</sup>

استكملت الجزائر مظاهر الاستقلال في شقه الثقافي والإعلامي بإسترجاع محظي الإذاعة والتلفزيون ، فمن غير المعقول حسبها الإبقاء على العمل ببنود اتفاقية إيفيان سارية ، في ظل التمنع بالسيادة الوطنية وإنزاع الاستقلال من المستعمر الفرنسي ، حيث حدثت السلطات الجزائرية دوافعها لهذا الاسترجاع ، مؤكدة أنه إجراء طالما ترقب الشعب وقوعه بفارغ الصبر ، مبررة أن العملية تدرج ضمن الإرادة الساعية إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري

<sup>1</sup> صبان عبلة : تجاوزات أخلاقيات مهنة الصحافة في برامج التحقيقات بالقوات التلفزيونية الخاصة ، قناة النهار و الشروق شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال ، المدرسة الوطنية للصحافة و علوم الإعلام ، 2014-2015 ، ص 52.

<sup>2</sup> إيدير شيباني ، رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 17 أبريل 2014 ، دراسة مسحية لرأي الصحفيين بالقوات الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص دراسات قانونية و إعلامية ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، 2016 ، ص 26 .

## الفصل الثاني:

### صورة القوات الفضائية الجزائرية الخاصة

في البلد ، مضيفة " أنه ليس من قبيل المنطق ، وقد استرجعت البلاد سيادتها الوطنية ، أن تسمح بوجود أجهزة إعلامية تعرف المواقف التي تبنتها إبان الاحتلال ." <sup>1</sup>

ومن هذا السياق مر قطاع الإعلام الجزائري بشكل عام والسمعي البصري بشكل خاص بعدة مراحل وحق زمنية، يمكن تصنيفها إلى خمسة مراحل أساسية، وهي على النحو التالي:

#### **1- المرحلة الأولى : 1962-1965**

تميزت المرحلة الأولى التي جاءت مباشرة عقب إستقلال الجزائر من المستعمر الفرنسي عام 1962 ، في اتخاذ السلطات الجزائرية قراراً سلبياً شجاعاً ، تمثل في إقدام الجيش الشعبي الوطني على إحتلال محطة الإذاعة والتلفزيون في 28 أكتوبر من عام 1962 ، بالرغم من اتفاقيات ايفيان المضادة بين الحكومة الوطنية والسلطات الفرنسية ، واسترجعت هذا القطاع الحساس بالقوة ، هذا المجال الذي يعد أهم قطاعات التنمية ، وكان الإجراء المتخذ بعد استكمالاً للإستقلال الوطني في جانبه الإعلامي و الثقافي<sup>2</sup>.

ما يمكن أن نستكشفه من هذه المرحلة التاريخية ، التي أعقبت إستقلال البلد مباشرة في سنة 1962 ، هي أنها مرحلة لم تدم طويلاً ، حيث أنها لم تتعذر ثلاثة سنوات بداية من 1962 إلى غاية 1965 ، إلا أن الشيء الملفت لللحظة ، هو إدراك السلطات الجزائرية مبكراً للدور الذي يلعبه الإعلام سواء كان سمعياً أو بصرياً ، حيث سعى صانعوا القرار منذ الوهلة الأولى ، لإقامة إعلام وطني يستجيب لاحتياجات الجزائريين والجزائريات ، كون هذا القطاع الحساس ، يعد أهم قطاع للتنمية في البلد الفتى ، فلا يمكن أن تتمي بلداً خارج لتوه من حرب ضروس و استدمار دام أكثر من 132 سنة ، ووسائل إعلامه خاضعة للسيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف .

القرار الذي اتخذته السلطة الجزائرية الفتية شهوراً فقط بعد تحرير البلد من إحتلال دام أكثر من قرن و نصف من الزمن ، و القاضي باسترجاع محطة الإذاعة والتلفزيون ، كان قراراً سلبياً بامتياز ، وهو قرار نابع من هذه الأخيرة ، و حرصاً منها على لعب هذا القطاع الإستراتيجي دوراً في التنمية ،

<sup>1</sup> بن يوسف بن خدة : نهاية حرب التحرير في الجزائر ، اتفاقيات ايفيان ، ترجمة لحسن زغداد ، محمد العين جباري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1987 ، ص 111.

<sup>2</sup> محمد الشطاح : الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2002 ، ص 85

## الفصل الثاني:

### صورة القوات الفضائية الجزائرية الخاصة

و محاولة فك الإرتباط التقافي مع المستدرم الفرنسي ، لكن الإشكال الذي ترتب عن هذا الإسترجاع ، هو الفراغ القانوني الرهيب الذي وقع في تسيير المؤسسات الإعلامية في البلد ، هذا ما دفع بمتخذي القرار انذاك لإبقاء العمل بالنصوص الفرنسية في هذا المجال الإعلامي إلى وقت لاحق .

### **1-2-المراحلة الثانية : 1965-1976**

أهم نقطة ميزت هذه الحقبة الزمنية التي امتدت 11 سنة، هو إلغاء العمل بالنصوص الفرنسية في مجال الإعلام سنة 1967، حيث سبقت الإشارة إلى تمديد سريان مفعول القوانين الاستعمارية التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية في الجزائر لأسباب ظرفية، نظراً لكون القطاع الإعلامي عانى من فراغ قانوني رهيب غداة الاستقلال.

برر رئيس مجلس الثورة انذاك " هواري بومدين " قرار إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية، فالسياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني <sup>1</sup>.

النقطة الثانية التي يمكن ملاحظتها في هذه المرحلة ، هو انعدام قانون خاص ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بشكل عام في الجزائر ، وبشكل خاص قطاع السمعي البصري ، هذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية على نشاط وسائل الإعلام في الجزائر ، فكانت المؤسسات الإعلامية الحكومية عبارة عن لسان حال الحزب الواحد " لافالان " ، ومنبراً من المنابر التي يتزدهر الترويج لأفكاره ومشاريعه في ظل أحادية حزبية في البلد .

<sup>1</sup> الإعلام و الثقافة في الجزائر 1962-1982 ، وثائق تشريعية ، منشورات وزارة الإعلام الجزائرية 1981 ، ص ص 11-

### 1-3-المرحلة الثالثة: 1976-1988

شكلت هذه المرحلة نقطة تحول حقيقة في قطاع الإعلام في الجزائر، بداية بصدور الميثاق الوطني عام 1976، أين بدأت معالم السياسة الإعلامية تتضح أكثر فأكثر، ووحدت الجزائر مفهومها للإعلام كبلد إشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث، يقوم أساساً على الملكية المجتمعية لوسائل الإعلام، وأكدت أن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني ، وأداة من أدواتها ، يمكن دورها في أداء مهام التوجيه و الرقابة و التشريع.<sup>1</sup>

اختزلت السلطات الجزائرية دور الإعلام في هذه المرحلة، في خدمة أهداف التنمية، كما دعا ميثاق 1976 لاستصدار تشريعات تحدد دور الإذاعة والتلفزيون في مختلف المشاريع الوطنية، وكذا إشراك مختلف حاجيات الجمهور في إعلام موضوعي.

النقطة الثانية التي ميزت هذه المرحلة الثالثة من مراحل المشهد الإعلامي الجزائري، هو صدور أول قانون الإعلام في الجزائر عام 1982، إلا أن ما يؤخذ على هذا القانون ، أنه صدر في ضل الحزب الواحد ، و ضمن الخط العام للميثاق الوطني و الدستور لسنة 1976.<sup>2</sup>

يعتبر قانون 1982 الأول من نوعه الذي يصدر بعد 20 سنة بالتمام و الكمال على إسترجاع محظي الإذاعة و التلفزيون من المستعمر الفرنسي، وسعى هذا القانون لتنظيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، إلا أنه لم يكن في مستوى التطلعات، نظراً ل الواقع السياسي الذي كان يعيشه البلد، والذي تمثا أساساً في أحديه حزبية لا رأي ولا صوت يعلى عليها.

لم يتعدى قانون 1982 عن خدمة الحزب الواحد وايديولوجياته حيث بقيت الصحافة الجزائرية تعاني من مشاكل عديدة نتيجة الثغرات القانونية وغموض الكثير من المواد الإعلامية فيه.<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> المشروع التمهيدي لميف السياسة الإعلامية ، حزب جبهة التحرير الوطني ، لجنة الإعلام و الثقافة مطبوعات الحرب ، الجزائر 34 ، 1982،

<sup>2</sup> Zahir Ihaddaden : Colloque sur la presse écrite au Maghreb, tunis 1-3 décembre ,Edit walf zug , humburg , 1989 , p12.

<sup>3</sup> رضوان جدي : الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية – المفهوم و الممارسة من خلال صحفى الهدف ، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2011 ، ص ص ( 52 - 56 ).

#### ١-٤-المرحلة الرابعة: 1990-2012

الجديد الذي جاءت به هذه المرحلة، هو ظهور التعددية السياسية والإعلامية التي أقرها دستور 1989، حيث أجاز حرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وذلك بعد الأحداث التي عاشهها البلد في الخامس أكتوبر 1988، هذا ما دفع بالسلطة الحاكمة إلى مراجعة قانون الإعلام لسنة 1982، واستصدار قانون جديد للإعلام 1990، الذي فتح مجال التعددية للصحافة المكتوبة، إلا أن قطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة.

اعتبر قانون 1990 بمثابة مكسب كبير للإعلام الجزائري بشكل عام، إلا أن ما يعبّر عليه، أنه مس الصحافة المكتوبة فقط دون الوسائل الأخرى، ليبقى بذلك قطاع السمعي البصري محكرا من طرف الدولة الجزائرية<sup>1</sup>.

لم يمنع هذا الواقع من التحرك لفك احتكار الدولة لقطاع ، حيث يمكن أن نستدل ببعض المحاولات المحشمة لفتح مجال السمعي البصري في هذه الحقبة الزمنية ، كانت أهمها جهود مولود حمروش في الفترة الممتدة بين 1991 و 1998 ، والذي سمح بإنتاج حصص سياسية ، مثل حصة "ملقى الصحافة" مجسدة أسس حرية التعبير ، لكن الأمر لم يدم طويلا ، حيث جاءت الأحداث الدامية التي عرفتها الجزائر في فترة التسعينات وذلك أمام حالة الإنسداد السياسي وبداية التدهور الأمني في البلد ، وأمام تزايد المراقبة الوقائية للأخبار الأمنية ، كانت حرية التعبير وحق المواطن في الإعلام في تراجع متواصل .

ما يمكن الإشارة إليه، هو أنه خلال فترة التسعينات الحرجية التي عصفت بالبلاد والعباد، لم تخلو هذه الفترة من بعض الإنجازات التي تحققت في قطاع السمعي البصري، وهو إنشاء المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري لقناة فضائية جديدة، كانت أداة تواصل مع الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج، حيث شاهدنا ميلاد قناة " كanal Algérie " canal Algérie في أكتوبر 1994، حيث بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على السابعة مساءاً عددها اليوم ثلاثة نشرات، وأصبح بثها يتم عبر النظام التماذجي في 28 أوت 2001.

<sup>1</sup> المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية ، حزب جبهة التحرير الوطني ، مرجع سابق ، ص 34.

## الفصل الثاني:

### صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي "عرب سات" ، و هو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998 ، تم تفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001.<sup>1</sup> بعد ذلك شهدنا قدوم القناة الرابعة باللغة الأمazigie إلى جانب القناة الخامسة وهي قناة القرآن الكريم.

ففي هذه المرحلة هو غياب نية حقيقة لفتح قطاع السمعي البصري في الجزائر ، إلا أن هذا لم يمنع من ظهور العديد من المحاولات المحشمة لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة ، حيث قام " عبد المؤمن خليفة " بتأسيس قناة تلفزيونية سنة 2002 ، وكان مقر بثها من العاصمة الفرنسية باريس ، ولكن لم تتفق المحاولات عند الفتى الذهبي " عبد المؤمن خليفة " بل حاول " ناصر كتان " كسب جمهور فضائية ktv بإنشاء قناة Beur TV بمساندة مجموعة من المؤسسات الجزائرية والأجنبية ، في 2004 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية حاولت Beur tv الاستقرار في سوق السمعي البصري الجزائري ، هذه السوق كانت محتكرة من قبل القنوات الفرنسية وفضائيات العربية والتلفزيون العمومي الجزائري ، ولمشاكل مادية أغلقت القناة وتوقفت.<sup>2</sup>

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة الزمنية، هو أن إعلام الجزائر عاش مرحلة مخاض حقيقة في الفترة الممتدة من 1990 إلى غاية 2011، وبعد أن تفتح هذا القطاع شكلياً وعديداً بمقتضى دستور 1989، وتجسدت ملامح تحرره في ظهور صحفة مكتوبة خاصة غير تابعة للحزب الحاكم. رغم كل الجهود الحثيثة التي سعت لتحرير قطاع السمعي البصري الجزائري، حيث تم عرض مشروعين تمهيديين لتنظيم الممارسة الإعلامية في البلد، أولهما كان مشروع قانون 1998، والثاني كان خلال عام 2002، تناولت هاتين الوثيقتين بشيء من التركيز الإعلام المرئي في الجزائر، إلا أن الدولة أصرت على عدم تغيير الخريطة الإعلامية حيث رفضت الفكرة جملة وتفصيلاً وتشبت أكثر من مرة بعدم فتحه أمام الخواص لحساسية القطاع في نظرها.

<sup>1</sup> إيدير شيباني: مرجع سابق، ص 33.

<sup>2</sup> كبور فاطمة ، بوخاري مليكة : النشرات الإخبارية في القنوات الخاصة : دراسة وصفية تحليلية مقارنة لنشرات الجزائرية tv و التهار TV والتلفزيون العمومي ، ص 217

## 5- المرحلة الخامسة: 2012-2015

تميزت هذه المرحلة بقفزة نوعية في المشهد الإعلامي الجزائري بشكل عام ، وبشكل خاص في قطاع السمعي البصري ، حيث ساهمت في هذه النقلة ، الظروف الخارجية المحيطة بالبلد أكثر من نصیرتها الداخلية ، نظرا لما عاشته البلدان العربية تحت ما اصطلاح على تسمية ربيعا عربيا ، وما لعبه الإعلام من دور في تأجيج هذا الحراك الشعبي ، وتمكنه من إسقاط إمبراطوريات عمرت لأكثر من 40 سنة من الزمن ، حيث سارعت السلطات الجزائرية إلى إحتواء الوضع أذاك ، و أقرت قانونيا عضويا للإعلام سنة 2012 ، أزالت فيه التخوفات التي كثيرة ما توجست منها طيلة نصف قرن من الزمن ، وأبدت نية محتشمة في فتح السمعي البصري أمام الملكية الخاصة .

لكن النقطة التي لا يختلف اثنان من شأنها، أن إلان افتتاح قطاع السمعي البصري في الجزائر لم يصرح به علنا، إلا من خلال الخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية " عبد العزيز بوتفليقة " في نوفمبر من عام 2011، الذي عبر فيه عن قرار فتح هذا القطاع أمام الملكية الخاصة.

كان مشروع القانون العضوي (12-05) الخطوة الفاصلة بين المكتوب و البصري، بالرغم أنه لم يأتي بالكثير مقارنة بما جاء به قانون 1990 الذي جمد بقرار حالة الطوارئ، إلا فيما يخص افتتاح قطاع السمعي البصري على الخواص<sup>1</sup>.

لم يقف المشروع عند قانون عضوي للإعلام فحسب، بل تعززت الساحة الإعلامية الجزائرية خلال سنة 2014، بقانون يعني بالنشاط السمعي البصري، وهو القانون الذي وضع لأول مرة إطارا قانونيا للفاعلين في القطاعين سواء كان عاما أو خاصا، الأمر الذي من شأنه أن يحدث تغييرا ملمسا في وظيفة الإعلام السمعي البصري في البلد.

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة، هو أن سنة 2014 حملت معها جديدا طالما انتظره كل الجزائريين، واستحدث لأول مرة في تاريخ البلد قانونا يعني بنشاط السمعي البصري، هذا القانون غير جزريا الخريطة الإعلامية الجزائرية، وتفتح على الملكية الخاصة، وأنهى بذلك حقبة احتكار دامت أكثر من نصف من الزمن.

<sup>1</sup> كبور فاطمة ، بوخاري مليكة ، مرجع سابق ، ص 216.

## **الفصل الثاني:**

### **صورة القوات الفضائية الجزائرية الخاصة**

بعد صدور أول قانون سمعي بصري في الجزائر خطوة مهمة في المشهد الإعلامي الجزائري ، رغم التأخر الكبير الذي عرفه إلا أنه يبقى مكمبا ثمينا لا يستهان به ، لكنه للأسف يعتبر خطوة غير كافية مادام القانون معطوب بمعوقات تحول دون تنفيذ بنوده بدقة ، فالإجراءات المرافقة و المكملة له لم يتم استحداثها بعد ، لذا هذا المولود الجديد حبرا على ورق ، فلم تفعل بنوده على أرض الواقع ، وذلك رغم تأسيس سلطة الضبط السمعية البصرية ، إلا أنها خارج مجال التغطية ، بفعل عدم تعين أعضائها في حين أن الرئيس معين من قبل رئيس الجمهورية.

### **2-نشأة وتطور الفضائيات الجزائرية الخاصة:**

#### **1-القناة الجزائرية الأولى:**

##### **التلفزيون الجزائري:**

يعتبر التلفزيون الجزائري أول محطة عربية، كانت أول بداية للتلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان الثورة الاستعمارية حيث أقيمت مصلحة بث محدود الإرسال، كانت تعمل ضمن مقاييس الفرنسية وبعد استحداثها اهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر حيث أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر بـ 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاثة مراكز في قسنطينة، الجزائر العاصمة، ووهران.<sup>1</sup>

لم تلبث الدولة الجزائرية غداة الاستقلال أن اتخذت التدابير الازمة من أجل استرجاع مبني الإذاعة والتلفزيون، لما يمتلكه هذا القطاع الحساس من أهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية، وكذا في ترسیخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن المسمح الذي استعمله المستعمر طويلا.<sup>2</sup>

عرفت المؤسسة الوطنية للتلفزة الجزائرية أول تحولاتها منذ سنة 1986 كما واكبت التحولات السياسية التي عرفتها البلاد لكن أهم تحول كان في 1991.

<sup>1</sup> غسان عبد الوهاب حسن ، الصحافة التلفزيونية ، ط1 ، دار أسامة لنشر و التوزيع ، عمان ، 2013 ، ص 40 .

<sup>2</sup> محمد صاحب سلطان ، وسائل الإعلام و الإتصال ( دراسة في التنشاء و التطور ) ، ط1 ، دار المسيرة لنشر و التوزيع ، عمان ، 2012 ، ص 517

## الفصل الثاني:

### صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون أهم جهاز إعلامي في الجزائر ، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبث وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهام التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتنقيف ، كان استرجاع السيادة على المؤسسة الوطنية للمرناة من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962 عد إن كانت بنود اتفاقية إيفيان تقضي ببقاء مؤسسة المرناة (التلفزيون) تحت السيطرة الاستعمارية بعد الاستقلال لكنها ظلت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية ، إلى أن صدر المرسوم المؤرخ في الفاتح من أكتوبر 1962 تحت رقم 67-234 وبموجب تحوّل المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون. وبموجب المرسوم رقم 147-86 المؤرخ ب 01 جويلية 1986 ، تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون ، وهي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري E.C.P.I لها شخصية معنوية واستقلال مالي، تحت وصاية وزارة الاتصال والثقافة . وتمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني ، مهمتها اعلام المشاهد في تربية ، والترفيه بإنتاج برامج منوعة ، إضافة على صيانة وتطوير وسائلها ، إضافة إلى صيانة وتطوير وسائلها ، وأجهزتها التقنية وتسخير أرشيفها السمعي البصري . ووفق للمرسوم 147-86 لسنة 1986 ، حدد القرار أو المرسوم وقد جاء في مادته الأولى منه ما يلي : " تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصيغة اجتماعية وثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالي تسمى مؤسسة التلفزة الوطنية " المادة 02: توضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام . المادة 03: يكون مقر المؤسسة في مدينة الجزائر . المادة 04: تتولى المؤسسة الخدمة العمومية للبث التلفزيوني وتمارس احتكار بث البرامج التلفزيونية في كامل التراب الوطني.<sup>1</sup>

ويضمن التلفزيون الجزائري التغطية عبر كامل التراب الوطني وهذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية والثقافية إلى كل شرائح الجزائري العميقة ، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة

<sup>1</sup> نور الدين توانى ، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ، ط1 ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2008 ، ص 98

عمومية على البرامج المتعددة ذات البعد الوطني في الدرجة الأولى، وكذا المجتمع الدولي ومختلف قضایاہ الراهنة، التي تحرص المؤسسة على تقديمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة.

كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركة الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متقدمة.<sup>1</sup>

#### ترددات القناة

<b>SES-4</b>	<b>22W</b>	<b>12674H</b>	<b>20255 3/4</b>
<b>E5WA</b>	<b>5W</b>	<b>11059H</b>	<b>23700 3/4</b>

#### 2- قناة الشروق تي في (echorouk-tv)

##### التعريف بالقناة:

تعد قناة الشروق تي في أول فضائية جزائرية خاصة كان لها الفضل في اختراق المجال السمعي البصري، وبهذا تكون القناة قد خطت خطوة عملاقة في طريق افتتاح مكاتب إعلامية جديدة، من خلال حصولها على اعتماد لمكتبيها بالجزائر من وزارة الاتصال بشكل رسمي، بعد أن قدمت للوزارة كافة الوثائق والعقود موقعة مع المدنية الإعلامية في العاصمة الأردنية لتلطى على الجمهور الجزائري ببرامجها المتعددة ويببدأ بثها التجاري في عيد الثورة المصادر للأول من نوفمبر عام 2011 كذكري لتأسيس جريدة الشروق اليومي، ثم توسيعت الشبكة لتخلق قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية يوم 19 مارس 2014 كث رسمي لتصبح بذلك أول باقة جزائرية خاصة.

وتردد القناة على القمر الصناعي نايلسات (Nilesat) هو (H.SR27500) 12418. أما تردداتها على قمر هوت بيرد (Hotbird) هو (V.SR ; 27500) 11623، وترددتها على القمرهونث سات (Eutelsat) هو (V.SR ; 1555) 2.11061

<sup>1</sup> نقلًا من موقع : <http://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=2> ، تاريخ الزيارة : 2017-03-14 ، الساعة 14:40.

<sup>2</sup> نقلًا من موقع <http://www.echoroukonline.com/live> تاريخ الزيارة : 2017-03-17 على الساعة 10:27

**أهداف القناة:**

الخط الافتتاحي لقناة الشروق سيكون مدافعا عن المصالح العليا للجزائر وكذا القيم والمبادئ الوطنية ، وستدافع أيضا عن سيادة البلد و أمنه واستقراره وسمعته ، و ستغطي الأحداث الوطنية بكل مهنية و احترافية ، وبعيدا عن التهويل أو التقليل كما ستكون القناة لسان حال ، وتكون منبرا مفتوحا للمواطن و انشغالاته و مشاكله ، مع ضمان نقلها دون تحريف أو تزييف ، و ستنفتح قناة الشروق متابعة الأحداث و المستجدات الوطنية و الدولية برؤيه موضوعية وحيادية و ستنفتح قناة الشروق مجالها السمعي البصري لكل الأراء و التيارات و التوجهات و الفعاليات ، من أجل النقاش الهدف و التحليل البناء ، مع رصد و معالجة كل الظواهر الاجتماعية ، و الاهتمامات التي يواجهها المجتمع الجزائري ، و مختلف المجتمعات بأسلوب تربوي وأخلاقي ووعي وتوعي بهدف المساهمة في معالجة المشاكل التي تخر حياة الأفراد والمجتمعات.

وتعمل قناة الشروق على تزويد المشاهدين بالسبق والمساهمة في إضافة الجديد إلى عالم السمعي البصري والقنوات الفضائية وتحاول إظهار الرأي والرأي الآخر، وبعيدا عن الاقتصاد والتهميش، والابتکار والاحتکار كما أنها تعمل على ضمان حق المشاهد في الإعلام والكلمة الحرة بعيدا عن التجريح والسب والقذف والإساءة، بعيدا عن تصفيية الحسابات وترويج المزاعم وتنفيذ الاتهامات بلا دليل ولا حجة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> أهداف القناة : نقل عن موقع : <http://www.echoroukonline.com/live/news/index.html> تاريخ الزيارة .10:55 2017-03-14

## 2- قناة النهار تي في (Ennahar-tv)

- التعريف بالقناة :

هي فضائية إخبارية جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين،

انطلق بثها التجريبي يوم 6 مارس 2012.

أما موقعها فيشوبه الغموض ولا يوجد مصدر رسمي يبين مكان بثها لبرامجها عدا موقع

ويكبيديا فمقر بثها هو العاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات.

تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أن برامجها مزيجاً بين نشرات الأخبار

والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر.<sup>1</sup>

وكذا أخبار الصحف الوطنية وهذا من خلال برنامج بين السطور. وتردد القناة على القمر

الصناعي نايل سات : 10921 عمودي 27500 أوتسلسات 12530 أفقي 2.1700

الموقع الإلكتروني للقناة: <http://www.ennahartv.net/ar>

ذلك ما يوضحه كل شعارات قناة النهار الثلاثة، فالشعار الأول والثاني لقناة عليه النهار TV

الإخبارية الجزائرية، أما شعارها الحالي كتب عليه النهار news 24 TV 7/ .

بالرغم من حداثة قناة النهار على المساحة الإعلامية إلا أنها استطاعت أن تكسب ثقة

الجمهور، فقد أظهرت نتائج الدراسة الاقتصادية قامت بها وكالة "ميديا سورفي" للإعلام والتسويق حول

القنوات الأكثر مشاهدة من طرف الجزائريين احتلال القناة الفضائية النهار المركز الأول بين القنوات

ال الخاصة والمركز الخامس بين 18 قناة فضائية محلية أجنبية تستهوي المشاهد الجزائري.

<sup>1</sup> أمينة مزيان ، تجربة الإنفتاح الإعلامي للقطاع السمعي البصري الخاص ، دراسة إستطلاعية لإتجاه الصحفيين الجزائريين لقتالي الشروق والنهر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2015 ، ص .83

<sup>2</sup> نقل عن موقع : <http://kayfa-how.blogspot.com/2013/08/ennahar-tv-frequency-channel.html> تاريخ الزيارة 15:10 17-03-2017 على الساعة :

**أهداف القناة:**

تحرص القناة على إيصال صورة كل الجزائريين والانشغال وإيصال مطالبهم، وتحرص أيضاً على أن تصبح رائدة في مجال الفنون الجزائرية والعربية والسعى إلى تقديم خدمة تلفزيونية راقية تعتمد على صدق المعلومة ودقتها.

وتهتم القناة بالشأن الإخباري من حيث الطابع وتحاول حالياً من حيث شبكة برامجها إلى التوسيع في المواضيع الإخبارية، وتتبع الساحة سياسياً من خلال سبر الأراء والاهتمام بالمصداقية والموضوعية في الطرح وهو ما يمثل المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام في الجزائر.<sup>1</sup>

**( nomidia news -TV في نيوز تي في):**

**التعريف بالقناة:**

نوميديا نيوز تي في هي قناة إخبارية جزائرية مستقلة، وقد أخذت هذا الاسم تيمناً بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد وهي الجزائر حالياً. انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012

في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة نوميديا نيوز وهو تاريخ يصادف يوم خروج الجزائريين طلباً للتحرر سنة 1961. وبدأ البث التجاري، بعرض تقارير مصورة التقطتها كاميراتها عبر العالم على القمر الصناعي نايل سات وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية، العربية والدولية. وهي قناة إخبارية كون معظم برامجها ذات صبغة إخبارية إلى جانب بعض البرامج الحوارية والتفاعلية والاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نعيمة موكلس ، تأثير موقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية ، الفنون الخاصة الجزائرية نموذجاً ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص سينما و تلفزيون ووسائل الإتصال الحديثة ،جامعة الجزائر 3 ، 2014 ، ص ص (73-74).

<sup>2</sup> نقلًا عن موقع : <http://www.elhayatonline.net/article8462.html> تاريخ الزيارة 18-03-2017 على الساعة 18:20

ترددات القناة:

نابل سات: 11393 عمودي 27500، 11603 أفقى 27500.

مقر القناة:

يتواجد المقر المركزي للقناة بجنيف سويسرا إلى جانب مقر فرعى بالجزائر.<sup>1</sup>

برامج القناة:

- ❖ نشرة الجزائر: تسلط الضوء على أهم المستجدات السياسية في الجزائر.
- ❖ نشرة المغرب العربي والساحل: وتهتم بأخبار دول المغرب ودول الساحل.
- ❖ نشرة اليمن وشبه الجزيرة العربية: وتهتم بأخر مستجدات منطقة شبه الجزيرة العربية واليمن.
- ❖ نشرة فلسطين: وهي نشرة خاصة بدولة فلسطين المحتلة وأهم مجريات الأحداث فيها.
- ❖ نشرة تركيا وما جاورها: وهي نشرة خاصة بتركيا والعراق وسوريا ومختلف الدول القريبة إلى تركيا.
- ❖ المجلة الأوروبية: نشرة عامة عن أخبار دول أوروبا.
- ❖ نشرة أمريكا: وهي نشرة عامة عن أخبار دول أمريكا.
- ❖ برنامج ما لا يقال: وهو برنامج ثقيل يقدمه سامر رياض، والذي يخوض في الحديث عن المسائل الشائكة في العلم.
- ❖ رأي في الحديث.
- ❖ قصتي مع السلاح: برنامج أسبوعي يسرد فيه أحد العائدين من أفراد الجماعة الإسلامية في الجزائر حياته مع القتال في الجبال.
- ❖ الصحة: برنامج أسبوعي يهتم بالجانب الصحي للإنسان وأهم السبل الكفيلة للوقاية من الأمراض.
- ❖ تاريخ الجماعات الإسلامية في الجزائر: يهتم بنشر حقائق حول تاريخ ونشأة الجماعات الإسلامية في الجزائر.

---

<sup>1</sup> الموقع نفسه . <http://www.elhayatonline.net/article8462.html>

## **الفصل الثاني:**

### **صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة**

- ❖ مال وأعمال: الذي يعالج مواضيع شتى متعلقة بالاقتصاد الوطني والعالمي مع الأستاذ إبراهيم لکفل.
- ❖ المجلة الرياضية: خلاصة لأهم الأحداث الرياضية العالمية في اليوم.
- ❖ عدسة المراسلين: تسلط الضوء على أهم التقارير التي قام بها راسلوا نوميديا نيوز في العالم.
- ❖ تحقيقات: الذي سلط الضوء على مظاهر الفساد وغيرها في الوطن العربي.
- ❖ برنامج المجلة السينمائية: الذي يطوف هوليوود لجلب آخر أخبار الممثلين العالميين.
- ❖ برنامجين دينيين: دين ودنيا، والعلم والإيمان مع فضيلة الشيخ عبد الحميد الزنداني ليجيب على استفسارات المشاهدين.
- ❖ فلاش سبور: ملخص لأهم الأحداث الرياضية اليومية.
- ❖ فضاءات تربوية: برنامج يعالج القضايا التربوية في الجزائر.
- ❖ نوميديا نيوز أكاديمي: برنامج أسبوعي لتعليم اللغة الإنجليزية.
- ❖ جيل الغد: يعالج مشاكل الشباب المعاصر.
- ❖ نيونيك: يقدم أهم مستجدات التكنولوجيا والاتصالات.<sup>1</sup>

### **أهداف القناة:**

تهدف القناة بالدرجة الأولى إلى إيصال صورتها إلى مختلف أرجاء العالم ومواكبة الحدث، وتقديمه إلى مشاهديها عبر باقة من الأخبار، والبرامج المنوعة الموجهة للكبار والصغار بكلفة مستوىياتهم العلمية والاجتماعية والثقافية، وتقديم كل جديد ومفيد وأيضاً عبر موقعها على شبكة الأنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي.

وتنلزم قناة نوميديا بالمصداقية، والموضوعية بكل ما تقدمه من برامج وتهدف إلى تحفيز الطاقات المبدعة، وتشجيعها للانطلاق عبر فريقها العامل المتمثل بدماء شابة فتية متفانية في أداء الرسالة الإعلامية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نقل عن موقع : [http://numidia-tv.com/?page\\_id=38](http://numidia-tv.com/?page_id=38) تاريخ الزيارة 24-04-2017 على الساعة 13:05.

<sup>2</sup> نقل عن موقع : من نحن [http://numidia-tv.com/?page\\_id=33](http://numidia-tv.com/?page_id=33) تاريخ الزيارة 24-04-2017 على الساعة 14:20 .

### **HOGAR TV**

تعريفها: قناة جزائرية مستقلة تم افتتاحها في شهر ماي 2012 يوجد مقر بثها في لندن، تعرض القناة اخبار يومية وبرامج سياسية وآخرى ثقافية دينية بالإضافة إلا العديد من الافلام والمسلسلات الأجنبية المدبلجة.<sup>1</sup>

وتمتلك قناة الهقار موقع إلكتروني على شبكة الانترنت <http://www.hogartv.net> تردد القناة: على القمر الصناعي نايل سات 11393 V 27500 (7.0W) هوNilesat

#### **أهداف القناة:**

تهدف قناة الهقار إلى بث كل ما هو جديد، كما أنها تقوم بالsusي جاهدة للقيام بمتابعة تغطيات شاملة لكل ما يحدث في العالم، كما تصنع هذه القناة أمام أعينها كاملة الحرص على تقديم جميع المحتويات الحصرية على شاشة تلفزيون الهقار الجزائرية الموجودة على مستوى العالم العربي وكذلك تسعى إلى تقديم العديد من البرامج والأخبار والتقارير الإخبارية والاقتصادية والرياضية وتهتم بالشام الجزائرية العربية وترصد جميع الأخبار في المنطقة العربية.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> أمينة مزيان : مرجع سابق ، ص 86

-04-26 تاريخ الزيارة <http://satnilesatnews.blogspot.com/2015/05/El-Hogar-News.html?m=1><sup>2</sup> . 16:25 على الساعة 2017

### قناة المغاربية: (AL MAGHARIBIA-TV)

تعريفها:

قناة المغاربية، هي إحدى القنوات الفضائية الجزائرية المستقلة، الناطقة باللغة العربية والتي ظهرت حديثا.

تم تأسيس القناة خلال شهر نوفمبر 2011 وشرع في بث برامجها إبتداء من تاريخ 16 ديسمبر 2011 من العاصمة البريطانية لندن تحت إشراف السياسي " سليم صالح " شعار القناة مغاربية بلا حدود.

تعمل القناة على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية تهتم بالمواطنين في جميع الدول المغاربية.

أما عن البرامج والمحصص التي تقدمها المغاربية لمشاهديها: ديننا، صدى الشارع، قالت الصحف، الحدث المغاربي، العالم اليوم.

أما عن الموقع الإلكتروني لقناة المغاربية الجزائرية الفضائية على شبكة الأنترنت فهو <http://www.almagharibia.tv> العالمي بالإضافة إلى مشاهدة البث المباشر للقناة أونلاين.

وتردد القناة على القمر الصناعي نايلسات (Nilesat) هو 10815 أفقي 27500، ترددتها

على قمر هوت بيرد (Hotbird) هو 12111 أفقي 27500.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أمينة مزيان : مرجع سابق ، ص 84 .

## **الفصل الثاني:**

### **صورة القوات الفضائية الجزائرية الخاصة**

#### **أهداف القناة:**

أعلنت قناة المغاربية والتي تبث مباشرة من المملكة المتحدة – بريطانيا أنها قناة موجهة بنسبة 50 إلى 60 من شبكتها البرمجية للمشاهد الجزائري مع برمجة متعددة إخبارية وأسئلة موضوعاتي ومختلف الأراء أعلن سليم صالحـي أن أحد مؤسسيها هو نجل عباس مدنـي رئيس الجبهـة الإسلامية للإنقاذ المحظـورة و الذي هو حالياً يعيش في قطر .

حسب الصفحة الرسمية لقناة "المغاربية" قناة تلفزيونية فضائية مستقلة تعمل على تسلیط الضوء على القضايا السياسية والإجتماعية التي تعم المواطنين في المنطقة المغاربية. تهدف قناة المغاربية من خلال مختلف موادها الإعلامية إلى مد جسور التواصل بين شعوب المنطقة و المساهمة في تكريس حق المواطنين في الوصول إلى المعلومـة الصـحـيـحة و متابـعة إعلامـية تعتمـد الرصـانـة و المـوضـوعـة و ترتكـز على المهـنية و الـحـرفـيـة و تـضـمـن حرـيـة التـعـبـير و تـبـرـز الرـأـيـ الآخرـ.

قناة المغاربية وهي تقدم خدمتها للجمهـور المـغارـبي تـسـعـى لأن تكون فـضـاءـات لـتـواصـل الشـعـوب المـغارـبية، يـطـلـعونـ من خـلاـلهـ علىـ وـاقـعـينـ دونـ تـعـمـيمـ أوـ تـزـيـيفـ ويـطـلـونـ منـهـ علىـ العـالـمـ وـتـجـارـبـ شـعـوبـهـ، كـماـ تـفـتـحـ المـجاـلـ أـمـامـ جـمـهـورـهـاـ لـلـمسـاهـمـةـ فـيـ نـصـرـةـ الـقـيـمـ الـإـنـسـانـيـةـ وـتـعـزـيزـهـاـ، وـعـلـىـ رـأـسـهـاـ قـيـمـ الـحـرـيـةـ وـالـمـساـوـةـ وـحـقـوقـ الـإـنـسـانـ.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> نـقـلاـ عنـ مـوـقـعـ : مـنـ نـحنـ <http://almagharia.tv/html> تـارـيخـ الـزـيـارـةـ 17-03-2017 علىـ السـاعـةـ 16:32

## **6- قناة الجزائرية (EL-DJAZAIRIA TV) :**

**تعريفها:**

الجزائرية هي إحدى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، الناطقة باللغة العربية.

بدأت القناة بثها التجربى في شهر فيفري 2012، وبعدها انطلق رسمياً إبتداءاً من 5 جويلية 2012  
شبكة برامجية ثرية.

ترددات القناة نايلسات 11393 عمودي 27500.

**هدف القناة:**

تهدف قناة الجزائرية من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقاً عن المجتمع الجزائري.<sup>1</sup>

**برامج القناة:**

تقدم الجزائرية سلسلة من البرامج المتنوعة منها:

❖ دوائرنا: برنامج يومي يتعرض في كل حلقة من حلقاته إلى بطل من أبطال الثورة التحريرية.

❖ كونك عاقل: برنامج نصف شهري من تقديم "جلال شندالي" يفصل في القضايا العائلية العالقة بنوع من العقلانية.

❖ قهوة القسطو (GOSTO): برنامج أسبوعي يتنافس فيه مجموعة من الشباب على عرض أعمال كوميدية تقيم من طرف لجنة مكونة من ثلاثة أفراد، وتقيم من طرف الجمهور من خلال الرسائل القصيرة.

❖ جزائرات: برنامج أسبوعي يتطرق إلى الحياة اليومية للمرأة الجزائرية من مختلف الجوانب.

❖ مع زهرة: برنامج يستضيف في كل مرة شخصية جزائرية بارزة للتحاور معها

❖ قهوة حليب: برنامج فني أسبوعي يعرض أهم الفيديو كليبات والأغاني التي يطلبها الجمهور الجزائري خاصة فئة الشباب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أمينة مزيان : مرجع سابق ، ص 85.

<sup>2</sup> أمينة مزيان : مرجع سابق ، ص 85 .

**أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:**

تبعد استقلالية هذه القنوات من خلال عدم قدرة الدولة على مراقبة النشاط الفضائي الخاص بهذه القنوات، فظهرت أهمية هذه القنوات الخاصة في أنها مؤشر فعال ومستقل نسبياً تجاه الكثير من القضايا والمواضف، كما أنها قادرة على تشكيل رأي عام مستقل وداعم لما تطرحه من أفكار ومواضف. تجذب القنوات الخاصة قطاعات معينة من جمهور المشاهدين على نفس النحو الذي تجذب به المحطات الإذاعية للمستمعين، وذلك بتوجيه الجهود نحو سوق من المستهلكين. إن كل من القنوات التلفزيونية الخاصة والمذيع يشتراك في كثير من أوجه الشبه ويتمثل ذلك في أنها أيضاً بوجهها الجهود نحو نوعية محددة من الجمهور.<sup>1</sup>

**إيجابيات القنوات الخاصة:**

- ❖ الحرية في التعبير عن الرأي فالقنوات الخاصة لا تكون مملوكة للدولة ولا تعبر عن النظام أو الحكومة، فيستطيع الإعلامي التعبير عن رأيه بكل حرية وشفافية في القضايا المطروحة أمامه فيشعر المشاهد بالحياد ويشجع على متابعة تلك القناة بل والاشتراك عن طريق المدخلات الهاتفية فلا يشعر بأن القناة تمثل النظام.
- ❖ دعم صاحب القناة لها: فقد يقوم مالك القناة وعادة ما يكون من رجال الأعمال بدعم قناته الخاصة وشراء المسلسلات والبرامج المميزة وهذا يؤدي لتقدم القناة وتدرجها لتصبح من القنوات الكبيرة التي يتبعها المواطن.
- ❖ كثرة الإعلاميين المميزين: فتواجد الأموال الوفيرة يستطيع مالك القناة أن يضمن لها الإعلاميين المميزين والذين يدعون أي قناة يذهبون إليها باسمهم الكبير والمحفور في قلب المتابعين ويكون ذلك عامل كبير لدى المشاهد المتابع لتلك القناة.
- ❖ الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم في مختلف القارات.
- ❖ الإسهام في تطوير التبادل العلمي والثقافي.
- ❖ إتاحة فرص غير محدودة لجميع الفئات، وفي مختلف الأوقات.

<sup>1</sup> سارة وايت ، أساسيات التسويق ، ط1 ، دار الفاروق للنشر ، مصر ، ص ص ( 336-337 )

## **الفصل الثاني:**

### **صورة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة**

❖ يمكن للدول أن تقدم الخدمات التعليمية في جميع مدارسها من خلال التلفاز.<sup>1</sup>

#### **سلبيات القنوات الخاصة:**

أبدى الدكتور "أديب خضور" وجهة نظره تجاه هذه القنوات الخاصة مبرزا بعض السلبيات التي حصرها في:

❖ افتقارها إلى امتلاك شخصية مميزة تستجيب للخصوصية المحلية ولاهتمامات الجمهور ، فقد ولدت هذه القنوات حاملة في ذهنها صورة النموذج الأصل (بعض القنوات الفضائية الأجنبية) وتبذر جل جهدها في تقليدها.<sup>2</sup>

❖ المبالغة في التركيز على اللوائح والقوانين والبيروقراطية وعدم المرونة وتلك الأمور هي الأسباب الحقيقة في تخلف القنوات وعدم جماهيريتها.

❖ تبالغ القنوات الفضائية الخاصة في التركيز على الترفيه والتسلية وابتعادها عن القضايا التي تهم المواطن بحجة أن وظائفها للترفيه والتسلية بدرجة أساس.

<sup>1</sup> فتح الله فاكية ، البرمجة التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية ، دراسة مقارنة بين قناتي الشروق و النهار ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2016 ، ص ص (36-37).

<sup>2</sup> فتح الله فاكية : المرجع نفسه ، ص 37 .

**خلاصة:**

نستخلص ما تم عرضه في هذا الفصل يمكن القول أن الجزائر خطت خطوة إيجابية نحو تجربة فتح القطاع السمعي البصري الخاص ، وأن تواجد مثل هذه القنوات في الساحة الإعلامية الجزائرية نقطة مهمة للغاية ، فهو يعد مطلبا ضروريا للتحول الديمقراطي في الجزائر على الرغم من أن ظروف بروز هذه القنوات الخاصة جاءت في بيئة إعلامية غير متوازنة ، فيها نوع من الخلل نتيجة ظهورها في إطار غير قانوني ، فهي تقدم برامجها فقط من الجزائر و تخضع لقوانين دول أجنبية ، وعليه فإن هذه القنوات الخاصة تعيش فوضى وهو ما يلزم الدولة على تبني خطة إعلامية جديده منفتحة لصناعة الرأي العام وأن تتواجد قنوات تلفزيونية جزائرية المحتوى و الفكر لكي لا يبقى هذا المولود الجديد حبرا على ورق .

# **الفصل الثالث:**

# **تحليل البيانات الميدانية**

### الفصل الثالث : تحليل البيانات الميدانية

#### ١- تفريغ و تحليل البيانات الميدانية .

١-١- معلومات خاصة بالبيانات الأولية .

١-٢- معلومات متعلقة بعادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة.

١-٣- معلومات متعلقة بعادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة قناة النهار TV .

١-٤- معلومات متعلقة بصورة القنوات الجزائرية الخاصة و منها قناة النهار TV لدى المشاهد الجزائري .

#### ٢- النتائج الجزئية و العامة للدراسة :

٢-١- النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الأول .

٢-٢- النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثاني .

٢-٣- النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثالث .

٣- النتائج العامة للدراسة .

تمهيد:

سننترُّق في هذا الفصل من الدراسة إلى آراء طلبة الإعلام والاتصال قسم العلوم الإنسانية بجامعة 08 ماي 1945 قالمة ، من خلال دراسة ميدانية تعرَّفنا من خلالها على صورة القوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها " قناة النهار - نموذجا - "

**- تفريغ وتحليل البيانات الميدانية :**

**١- معلومات خاصة بالبيانات الأولية :**

إن البيانات الشخصية تساعد الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم ، فكثيراً ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات المتحصل عليها ميدانياً حسب ما تتطلبه متغيرات الدراسة ، ولهذا فالبيانات الأولية تعتبر ذات أهمية كبيرة لأي دراسة .

**المحور الأول : البيانات الأولية .**

**الجدول رقم 01 :** يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة	النكرار	الجنس
%47.5	57	ذكر
%52.5	63	أنثى
%100	120	المجموع

يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس، نلاحظ من الجدول أعلاه ان عدد الطلبة من الاناث يفوق عدد الطلبة من الذكور تمثلت في نسبة 63% للاناث ونسبة 57% للذكور من مجموع المبحوثين ، وهذا راجع الى طبيعة النمو الديموغرافي في الجزائر الذي تفوق فيه نسبة الاناث على نسبة الذكور ، وكذلك ظاهرة التسرب المدرسي للذكور خاصة في الطور الثالث وربما يرجع الى التخصص الابي الذي يتوجهون الى تخصصات علمية أخرى تساعدهم في الحصول على عمل أو وظيفة بعد التخرج .

## الجدول رقم 02 : يبين توزيع أفراد العينة حسب السن .

النسبة	التكرار	السن
%10	12	من 18 الى 21 سنة
%75	90	من 22 الى 25 سنة
%15	18	من 26 سنة فما فوق
%100	120	المجموع

انطلاقا من هذا الجدول نلاحظ ان عدد الطلبة المبحوثين الذين تتراوح اعمارهم ما بين 22 الى 25 سنة احتلوا اكبر نسبة تقدر ب 75% ، ثم تليها نسبة الطلبة الذين تتراوح اعمارهم من 26 سنة فما فوق التي قدرت ب 15% وفي الاخير نجد فئة الطلبة المبحوثين الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18 سنة الى 21 سنة بنسبة 10% ، وهذا ما يدل على ان اغلبية افراد هذه العينة في اول شبابهم ويسعون الى تكوين كفاءة علمية مبكرة .

## الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي ( الجامعي ) :

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي(الجامعي)
%20	24	السنة الثانية اعلام و اتصال
%20	24	السنة الثالثة اتصال
%07.5	09	السنة الثالثة اعلام
%12.5	15	سنة أولى ماستر تكنولوجيا
%12.5	15	سنة أولى ماستر اتصال و علاقات عامة
%10	12	سنة ثانية ماستر تكنولوجيا
%17.5	21	سنة ثانية ماستر اتصال و علاقات عامة
%100	120	المجموع

يوضح الجدول اعلاه التخصص لمجمل أفراد العينة المدروسة، حيث اننا نجد طلبة السنة الثانية اعلام واتصال بنسبة 20% بتكرار 24 مفردة وهو نفس عدد طلبة السنة الثالثة تخصص اتصال وهذا يدل على أن السنة الثانية لا تحتوي على العديد من التخصصات وإنما في السنة التي تليها يتفرع الطلاب كل منهم حسب رغباته و ميولاته .

ثم تليها نسبة تخصص سنة ثانية ماستر اتصال و ع.ع ب 17.5% بتكرار 21 مفردة ، ثم كل من طلبة سنة أولى ماستر تكنولوجيا و سنة أولى ماستر اتصال و ع.ع بنسبة متساوية ب 12.5% و بنفس التكرار 15 مفردة ، ويدل هذا على أن الطلاب يميلون إلى تخصص اتصال أكثر من تخصص اعلام ، في حين كانت نسبة سنة ثانية ماستر تكنولوجيا 10% بتكرار 12 مفردة ، و أخيراً طلبة سنة ثالثة اعلام بنسبة 07.5% بتكرار 09 مفردة ، يمكن أن يكون هذا راجع إلى نقص المواد العلمية في هذا التخصص بجامعة قالمة و كذلك باعتبار حداثة تخصص علوم الاعلام و الاتصال .

المحور الثاني : عادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة.

الجدول رقم 04 : يبين توزيع أفراد العينة حول مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابات
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%07.5	09	%09.52	06	%05.26	03	دانما	
%80	96	%80.95	51	%78.94	45	أحيانا	
%12.5	15	%09.52	06	%15.78	09	نادرا	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

يتضح من خلال الجدول أن الطلاب الذين يشاهدون القنوات الخاصة الجزائرية أن نسبة الذين أجابوا بأحيانا قدرت بـ 80% بتكرار 96 مفردة وهي النسبة الأعلى من مجموع الطلبة المبحوثين من بينها 78.94% من الذكور و 80.95% للإناث ، و هذا ما يفسر ان طلاب الإعلام والاتصال أحيانا ما يتعرضون للمضامين المقدمة بالقنوات الجزائرية الخاصة، قد يعود هذا إلى اختصاصهم في الإعلام فهم يشمون بالاستكشاف والاطلاع حتى وان كان هذا عبر فترات زمنية مختلفة . كما سجلت نسبة نادرا ما يتم مشاهدة القنوات الخاصة الجزائرية بـ 12.5% بتكرار 15 مفردة نجد من بينها 15.78% نسبة الذكور و 09.52% خاصة للإناث ، ربما لأنهم يعتمدون على مصادر أخرى في التعرف على القضايا والأخبار ، في حين كانت اجابة المبحوثين بصفة دائمة قدرت نسبتهم بـ 07.5% بتكرار 09 مفردة من بينها 05.26% من الذكور و 09.52% عادت للإناث و هي النسبة الأقل مقارنة مع النسب الأخرى ، يرجع هذا إلى حب التطلع على ما هو موجود بالبلد .

**الجدول رقم 05 : يبين توزيع أفراد العينة حول المدة الزمنية المنقضية في المشاهدة يوميا حسب متغير الجنس .**

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس	المدة الزمنية
	ن	٪	ن	٪		
%57.5	69	%52.38	33	%63.15	36	أقل من ساعة
%40	48	%47.61	30	%31.57	18	من ساعة الى ساعتين
%02.5	03	%00	00	%05.26	03	من 3 ساعات الى أربع
%00	00	%00	00	%00	00	أكثر من 4 ساعات
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

تبين بيانات هذا الجدول الخاص بمدة المشاهدة ان اعلى نسبة كانت لأقل من ساعة بنسبة تقدر ب 57.5 % بتكرار 69 مفردة موزعة ما بين 63.15 % من الذكور و 52.38 % من الاناث ، اما بالنسبة للذين يخصصون من ساعة الى ساعتين للمشاهدة فكانت تقدر ب 40 % بتكرار 48 مفردة تجاوزت فيها نسبة الاناث 47.61 % نسبة الذكور 31.57 % ، اما باقي المبحوثين فيخصوصون من 03 الى 04 ساعات يوميا في المشاهدة قدرت نسبتهم ب 02.5 % وهي نسبة ضئيلة جدا عادت للذكور بنسبة كاملة ، فيما كانت نسبة المبحوثين الذين اجابوا بأكثر من اربع ساعات منعدمة وهذا راجع لنوعية الاختلاف في الوقت المتوفّر للمشاهدة، وطبيعة البرامج، الشي الذي يبرز الاختلاف في مستويات الاهتمام والتفضيل لدى وحدات العينة.

**الجدول رقم 06 :** يمثل توزيع أفراد العينة في معية تفضيل مشاهدة القوات الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الاجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك		
%40	39	%33.33	21	%47.36	27		بمفردك
%52.5	63	%66.66	42	%36.84	21		مع العائلة
%07.5	09	%00	00	%15.78	09		مع الأصدقاء
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان المبحوثين الذين يفضلون مشاهدة القوات الخاصة مع العائلة قدرت ب %52.5 بتكرار يقدر 63، منهم %36.84 للذكور بتكرار 21 ، و %66.66 للإناث بتكرار 42 وهذا راجع الى طبيعة البرامج التي عادة ما تكون محافظة ولكنها خالية من المشاهد المغربية والخليعة ثم تليها المبحوثين الذين يفضلون المشاهدة بمفردتهم بنسبة %40 بتكرار 39 من بينهم %47.36 من الذكور بتكرار 27 و %33.33 للإناث بتكرار 21 ربما يرجع هذا الى امتلاكهم الى جهاز تلفزيون خاص ومن اجل التركيز اكثر على استيعاب مايقدم . ثم تليها نسبة %07.5 مع الأصدقاء بتكرار 09 منها 15.78 للذكور بتكرار 09 فيما كانت نسبة الإناث منعدمة يمكن القول ان هذا راجع الى المباريات او الاقامات الجامعية.

**الجدول رقم 07 :** يمثل توزيع أفراد العينة بالنسبة لـ **الوسيلة المفضلة في المشاهدة حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الوسيلة
ن	لـ	ن	لـ	ن	لـ	
%80	96	%80.95	51	%78.94	45	التلفزيون
%12.5	15	%14.28	09	%10.52	06	الهاتف النقال
%00	00	%00	00	%00	00	اللوحة الالكترونية
%07.5	09	%04.76	03	%10.52	06	الحاسوب
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يتبيّن من خلال الجدول أعلاه أن 80% من افراد العينة يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة عبر جهاز التلفزيون بتكرار 96 من أصل 120 من المبحوثين كانت النسب فيها مترابطة نوعاً ما بين الذكور 78.94% والإناث 80.95% ثم تليها نسبة 12.5% فقط هم من الذين يشاهدونها عبر الهاتف النقال بتكرار 15 من بينها 14.28% للإناث و 10.52% للذكور ، في حين سجلت نسبة 7.5% من الذين يفضّلون مشاهدتها عبر الحاسوب بتكرار 09 ، و التي فاقت فيها نسبة الذكور نسبة الإناث بحسب 10.52% و 04.76% على التوالي ، فيما كانت نسبة اللوحة الالكترونية معروفة ويمكن تفسير ذلك ان غالبية المبحوثين لا زالوا يعتمدون على جهاز التلفزيون كوسيلٍ اعلامي باعتباره احد الوسائل التقليدية المجانية رغم ظهور وسائل إعلامية أخرى منافسة على غرار الهواتف الذكية واللوحات الالكترونية التي تبث عبر شبكة الانترنت.

**الجدول رقم 08 :** يمثل توزيع أفراد العينة في تفضيل مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة من حيث الاهتمام .

ترتيب القنوات الجزائرية الخاصة الأكثر مشاهدة .	النكرار	النسبة %
TV الشروق	33	%27.5
TV النهار	27	%22.5
البلاد	15	%12.5
KBC الخبر	12	%10
الهدف	09	%07.5
الجزائرية سميحة TV	08	%06.66
ذراير تي في	06	%05
نوميديا نيوز	05	%04.16
المجموع	120	%100

يتضح من خلال الجدول أعلاه و الخاص بتوزيع أفراد العينة حسب تفضيل مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة من حيث الاهتمام ، أن نسبة قناة الشروق TV قدرت بـ 27.5 % بتكرار 33 مفردة و هي أكبر نسبة ، تليها كل من قناة النهار TV بنسبة 22.5 % و قناة البلاد بنسبة 12.5 % ، و ذلك راجع إلى تعرضهم إلى مختلف المضامين المقدمة و كذا نوعية برامج و أخبار هذه القنوات في مجالات متعددة ، في حين نجد كل من قناة الخبر KBC بنسبة 10 % ، و قناة الهدف بنسبة 07.5 % و الجزائرية سميحة بنسبة 06.66 % بحسب متقاربة نوعا ما ، ثم في الأخير كل من قناة سميحة ، ذراير " تي في " و نوميديا نيوز بأقل نسب منهم و هذا راجع إلى قلة المشاهدة مقارنة بالقنوات الأخرى من حيث نوعية البرامج المقدمة .

**الجدول رقم 08 - 01 :** يمثل توزيع أفراد العينة في تفضيل مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة من حيث الاهتمام حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ القنوات الخاصة
ن	أك	ن	أك	ن	أك	
%27.5	33	%23.80	15	%31.57	18	TV الشروق
%22.5	27	%19.04	12	%26.31	15	TV النهار
%12.5	15	%14.28	09	%10.52	06	البلاد
%10	12	%14.28	09	%05.26	03	KBC الخبر
%07.5	09	%00	00	%15.78	09	الهدف
%06.66	08	%09.52	06	%03.5	02	الجزائرية
%05	06	%09.52	06	%00	00	سميرة TV
%04.16	05	%04.76	03	%03.5	02	دزاير تي في
%04.16	05	%04.76	03	%03.5	02	نوميديا نيوز
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة قناة الشروق 27.5% و هي أعلى نسبة موزعة على ذكور و اناث ، بحيث نجد نسبة الذكور 31.57% و هي مرتفعة مقارنة بنسبة الاناث التي قدرت ب 23.80% و هو نفس الشيء بالنسبة لقناة النهار "تي في" حيث فاقت فيها نسبة الذكور ب 26.31% نسبة الاناث التي قدرت ب 19.04% ، ثم نجد قناة الهدف بنسبة 07.5% من بينها 15.78% للذكور و هي نسبة كاملة 100% أما نسبة الاناث فهي معدومة ، في حين نجد نسبة الاناث كاملة من يفضلون مشاهدة قناة سميرة TV حيث قدرت ب 09.52% ، ويرجع ذلك الى اهتمام الذكور بالرياضة و ذوقهم في المشاهدة قصد الترويح عن النفس ، عكس الاناث اللاتي يحبذن مشاهدة البرامج المتعلقة بالطبخ و الأعمال المنزلية و التي يحتاجونها في حياتهم اليومية و العملية ، أما بالنسبة للقنوات الأخرى فقد جاءت نسبها متفاوتة بين ذكور و اناث بحسب ضئيلة جدا فيما بينها ، و قد يرجع ذلك الى أن كلا الجنسين لهما نفس التطلعات وبالتالي نجدهم يشتركون في الكثير من الأشياء التي تهمهم .

**الجدول رقم 09 :** يمثل توزيع أفراد العينة حول البرامج التي يفضلون مشاهدتها عبر القنوات الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	البرامج
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%32.5	39	%28.57	18	%36.84	21		الأخبار
%07.5	09	%14.28	09	%00	00		المسلسلات و الأفلام
%25	30	%23.80	15	%26.31	15		البرامج الثقافية
%10	12	%09.52	06	%10.52	06		البرامج الترفيهية
%10	12	%09.52	06	%10.52	06		البرامج الدينية
%07.5	09	%09.52	06	%05.26	03		الأغاني و المنوعات
%07.5	09	%04.76	03	%10.52	06		الرياضة
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا أن البرامج المفضلة في القنوات الخاصة الجزائرية هي الإخبارية قدرت نسبتها بـ 32.5% حيث فاقت فيها نسبة الذكور بـ 36.84% على نسبة الإناث بـ 28.57% وهذا لأسلوبها المميز في عرض الأخبار ، كما أن للبرامج الإخبارية فريق عمل إخباري خاص وكادر فني متخصص في عرض الأخبار وجذب انتباه المشاهد ، أيضاً مما يسمح للمتلقى بالإطلاع على الأخبار بشكل يومي يجعله يتعرض للبرامج الإخبارية ، التي توفر للجمهور هذه الخدمة .

وقدرت نسبة الطلبة الذين يحبذون البرامج الثقافية بـ 25% بتكرار 30 مفردة ، من بينها 26.31% للذكور و 23.80% عادت لإناث ، و ذلك لكونها تلعب دوراً كبيراً في تنقيف المشاهد و كذا تربية مداركه الفكرية و المعرفية ، وتليها كل من البرامج الترفيهية و الدينية بنسبة متساوية 10% ، ثم في الأخير نجد كل من الرياضة و المسلسلات و الأفلام و كذا الأغاني و المنوعات بنسبة متساوية قدرت بـ 07.5% و هي منخفضة نوعاً ما و بحسب متوافقة نوعاً ما ما بين ذكور و إناث ، و يرجع ذلك إلى طبيعة الاهتمامات الفردية .

**المحور الثالث :** عادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة قناة النهار تي في .

**الجدول رقم 10 :** يبين توزيع أفراد العينة في مشاهدة قناة النهار تي في حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الإجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%15	18	%14.28	09	%15.78	09	دائما
%65	78	%71.42	45	%57.89	33	أحيانا
%20	24	%14.28	09	%26.31	15	نادرا
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان الطلبة الذين يشاهدون قناة النهار " تي في " كانت الاجابة باحيانا هي النسبة الأعلى حيث قدرت نسبتها ب 65% بتكرار 78 مفردة ، قابلتها نسبة 71.42% من الاناث و هي مرتفعة مقارنة مع نسبة 57.89% من الذكور ، هذا ما يفسر ان طلاب الاعلام والاتصال أحيانا ما يتعرضون للمضامين المقدمة لقناة النهار " تي في " قد يعود ذلك الى اختصاصهم في الاعلام فهم يتسمون بالاستكشاف و حب الاطلاع حتى وان كان هذا عبر فترات زمنية معينة ، تلتها نسبة الذين أجروا بنادرا ب 20% و بتكرار 24 مفردة فاقت نسبة الذكور 26.31% فيها نسبة الاناث 14.28% ، ذلك ما يفسر اعتمادهم على مصادر أخرى في التعرف على مختلف القضايا والاخبار ، و أخيرا الذين أجروا بصفة دائمة حيث قدرت نسبتهم ب 15% بتكرار 18 مفردة موزعة ما بين ذكور و اناث ، ويرجع ذلك الى حب التطلع على كل ما هو جديد .

**الجدول رقم 11 :** يبين توزيع أفراد العينة للمدة الزمنية التي يقضونها في المشاهدة حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ المدة الزمنية
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%72.5	87	%76.19	48	%68.42	39	أقل من ساعة
%27.5	33	%23.80	15	%31.57	18	من ساعة الى ساعتين
%00	00	%00	00	%00	00	من 3 ساعات الى أربع
%00	00	%00	00	%00	00	أكثر من 4 ساعات
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان نسبة المبحوثين الذين يشاهدون قناة النهار " تي في " اقل من ساعة 72.5% بتكرار 87 مفردة و تعتبر أعلى نسبة مسجلة ، قابلتها نسبة 76.19 % للإناث و هي أكبر من نسبة الذكور 68.42 % ، اما بالنسبة للطلبة الذين يخصصون من ساعة الى ساعتين للمشاهدة فقد كانت تقدر ب 27.5% بتكرار 33 مفردة من بينها ذكور و إناث بنسب 31.57% و 23.80 على التوالي ، في حين كانت نسبة المشاهدة من 03 ساعات الى 04 ساعات واكثر من 04 ساعات نسبة معدومة وهذا ما يفسر نوعية الاختلاف في الوقت المتوفّر للمشاهدة وكذا طرح نوعية وطبيعة البرامج المقدمة لقناة النهار " تي في " .

**الجدول رقم 12 :** يمثل توزيع أفراد العينة حول الوسيط الاعلامي الذي يشاهدون عبره قناة النهار تي في حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الوسيلة
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%90	108	%100	63	%78.94	45		التلفزيون
%10	12	%00	00	%21.05	12		الهاتف الذكي
%00	00	%00	00	%00	00		اللوحة الالكترونية
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

يتبيّن من خلال الجدول أعلاه ان 90% من افراد العينة يشاهدون قناة النهار تي في " عبر جهاز التلفزيون بتكرار 108 مفردة وهي نسبة مرتفعة جدا ، حيث كانت منها نسبة 100% للإناث و هي نسبة كاملة ، أما نسبة الذكور فيها فقد قدرت بـ 78.94% ، تليها نسبة 10% فقط من يشاهدونها عبر الهاتف الذكي بتكرار 12 مفردة وهي نسبة كاملة للذكور بـ 21.05% ، فيما كانت نسبة الذين يشاهدون القناة عبر اللوحة الالكترونية معدومة.

ويمكن تفسير سبب هذا التوزيع الغير متكافئ الى مواصلة الطلبة المبحوثين اعتمادهم على جهاز التلفزيون كوسيلٍ اعلامي رئيس للحصول على المعلومات رغم ظهور وسائل إعلامية الكترونية جديدة فقناة النهار تي في على الرغم من انها تبث عبر شبكة الانترنت إلا انها تحظى بمتتابعة ضئيلة جدا تمثلت في 12 طالبا من اصل 120 طالبا من وزعنـا عليهم الاستمرارات ويعود ذلك ربما الى كثرة انشغالاتهم خلال الفترة الصباحية ثم الرجوع الى المنزل مساءا والتفرغ للمشاهدة عبر التلفزيون عبر شكله التقليدي والبسيط والسهل الاستعمال لكون هذا الأخير غير مكلف لا يتطلب صرف أموال إضافية كالذهاب الى مقاهي الانترنت بالإضافة إلى ضعف تدفق الانترنت في الجزائر وبطئها ، الأمر الذي يؤثر سلبا على المشاهدة المباشرة عبر الانترنت التي تمتنـز بالقطع المستمر .

**الجدول رقم 13 :** يمثل توزيع أفراد العينة حول دوافع مشاهدة قناة النهار تي في حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%75	90	%80.95	51	%68.42	39	الاطلاع على الأخبار
%05	06	%04.76	03	%05.26	03	التسلية و الترفيه
%05	06	%00	00	%10.52	06	التفاعل
%15	18	%14.28	09	%15.78	09	التقنيف و التعليم
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اكثراً من نصف المبحوثين أي نسبة 75% ركزوا على دوافع الاطلاع على الاخبار بتكرار 90 مفردة توزعت ما بين 80.95% من الاناث وهي الأعلى مقارنة بنسبة الذكور 68.42% ، يمكن ارجاع ذلك الى ان اغلبية المبحوثين لديهم حب التطلع واستقصاء كل ما يدور حولهم في العالم عامة وفي البلد خاصة ، تليها نسبة 15% من الذين أجابوا أو أرجعوها الى دوافع من أجل التقنيف و التعليم من بينها 15.78% من الاناث و 14.28% من الذكور ، وفي الأخير نجد نسبتين متتاليتين تقدران ب 5% للتفاعل والتسلية والترفيه موزعة على الجنسين ، و يعود هذا الى ان اغلبية المبحوثين يسعون من خلال مشاهدتهم لبرامج قناة النهار "تي في" الى تزويد رصيدهم المعرفي بمعلومات جديدة وتعلم خبرات جديدة أيضاً.

**الجدول رقم 14 : يبيّن توزيع أفراد العينة للمدة الزمنية التي قضوها في مشاهدة قناة النهار تي في حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ السنوات
ن	ل	ن	ل	ن	ل	
%32.5	39	%38.09	24	%26.31	15	أقل من سنة
%52.5	63	%42.85	27	%63.15	36	من سنة الى 03 سنوات
%15	18	%19.04	12	%10.52	06	أكثر من 03 سنوات
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول الخاص بمشاهدة قناة النهار " تي في " ان نسبة 52.5% ممن يشاهدون القناة من سنة الى 03 سنوات بتكرار 63 مفردة وهي اعلى نسبة ، حيث فاقت نسبة الذكور فيها نسبة الاناث بنسب 63.15% و 42.85% على التوالي ، ثم تليها نسبة 32.5% ممن يشاهدون القناة منذ اقل من سنة بتكرار 39 مفردة ، من بينها 38.09% للاناث و 26.31% للذكور ، في حين كانت نسبة 15% بالنسبة للذين يشاهدون القناة لأكثر من 03 سنوات وبتكرار 18 مفردة موزعة بين ذكور و اناث .

يتضح لنا من خلال معطيات الجدول أن قناة النهار " تي في " بربورت على الساحة الإعلامية في الجزائر وأصبحت منافسة لقنوات الجزائرية الخاصة الأخرى ربما يرجع سبب ذلك الى نوعية البرامج التي تقدمها القناة التي غالبا ما تعكس الواقع الذي يعيشها المواطن.

**الجدول رقم 15 :** يبين توزيع أفراد العينة في تلبية قناة النهار تي في ل حاجياتهم كمتألقين حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%19.16	23	%15.87	10	%22.80	13	نعم	
%15.83	19	%12.69	08	%19.29	11	لا	
%65	78	%71.42	45	%57.89	33	الى حد ما	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

يبين الجدول رقم 15 المتعلق بمدى تلبية قناة النهار تي في ل حاجيات الفرد كمتألقي ، ان 78 من المبحوثين اكدوا على انها تلبى حاجاتهم كمتألقي بصفة الى حد ما وبنسبة 65% من بينها نسبة 71.42% من الاناث و 57.89% من الذكور ، اما فيما يخص الذين اجابوا بان هذه القنوات تلبى حاجاتهم كمتألقي كان عددهم 23 مبحوثا وبنسبة مؤدية قدرت ب 19.16% ، في حين نجد ان 19 مبحوثا اعتبروا هذه القنوات لا تلبى اطلاقا حاجاتهم الإعلامية وبنسبة مؤدية لا تتجاوز 15.83% موزعة ما بين ذكور و اناث .

من خلال هذه المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه يظهر جليا ميل الطلبة المبحوثين إلى الإجابة الوسطية " الى حد ما " ثم الإجابة ب " نعم " وفي الأخير نجد الإجابة ب " لا " وهو أمر مشجع للغاية لقناة النهار تي في على اعتبار أن من اختار الإجابة ب " لا " كان قليلا جدا، بمعنى أن هذه القنوات تلبى بطريقة أو بأخرى حاجات الطلبة كمتألقي ، حتى وإن كان ذلك بشكل نسبي .

**الجدول رقم 16 :** يبين توزيع أفراد العينة في الأوقات المفضلة لديهم لمشاهدة قناة النهار تي في حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الأوقات
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%07.5	09	%04.76	03	%10.52	06		الفترة الصباحية
%47.5	57	%76.19	48	%15.78	09		الفترة المسائية
%45	54	%19.04	12	%73.68	42		الفترة الليلية
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه و المتعلق بالأوقات التي يفضلها الطلبة المبحوثين لمشاهدة قناة النهار " تي في " و الأسباب التي جعلتهم يختارون فترة معينة على حساب أخرى أن 47.5% منهم اختاروا الفترة المسائية بتكرار 57 مفردة كانت فيها نسبة 76.19% للإناث مرتفعة جداً مقارنة بنسبة الذكور التي قدرت ب 15.78% فقط ، و يرجع سبب ذلك إلى تزامن هذه الفترة مع أوقات فراغهم ، ثم تلتها الفترة الليلية بنسبة 45% بتكرار 54 مفردة من بينها 73.68% من الذكور و 19.04% من الإناث ، و يمكن تفسير تخصيص الطلبة لهذه الفترة في المشاهدة هو أن القناة تبث مختلف البرامج الاجتماعية و الدينية في تلك الفترة التي غالباً ما تهمهم و تساعدهم في حياتهم اليومية ، ثم تأتي في الأخير الفترة الصباحية بنسبة 07.5% بتكرار 09 مفردة موزعة ما بين ذكور و إناث ، وهو التوقيت الذي يسبق في غالب الظن خروج الطلبة من البيت و ذهابهم إلى الجامعة ، و يمكن ارجاع سبب مشاهدتهم في هذه الفترة إلى ضرورة معرفة أخبار اليوم منذ الساعات الأولى .

**الجدول رقم 17 :** يمثل توزيع أفراد العينة حول دوافع مشاهدة قناة "النهار تي في" حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	٪	ن	٪	ن	٪	
%70	84	%61.90	39	%78.94	45	المضامين
%10	12	%09.52	06	%10.52	06	أداء و كفاءة الإعلاميين
%20	24	%28.57	18	%10.52	06	المصداقية و الموضوعية في نقل الأحداث
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يوضح الجدول أعلاه دافع مشاهدة قناة النهار " تي في " حيث نلاحظ نسبة 70 % بتكرار 84 مفردة اجابوا بان المضامين التي تعرضها القناة هي الدافع الأكبر للمشاهدة ، من بينها 78.94 % للذكور و 61.90 للإناث ربما قد يعود هذا الى ان هذه المضامين واضحة ودقيقة وتحتوي على مختلف القضايا التي تهم المشاهد وتعمل جاهدة على كشف ما وراء الستار ، في حين نجد نسبة 20 % بتكرار 24 مفردة من بينها 28.57 % من الاناث و 10.52 من الذكور ، وهم الذين أجابوا بالمصداقية والموضوعية في نقل الاحداث ، و قد يدل هذا على شفافية القناة الى حد معنير كما سجل أداء و كفاءة الإعلاميين نسبة ضئيلة جدا نسبة 10 % بتكرار 12 مفردة موزعة بين ذكور و إناث ، يمكن تفسير هذا ان القناة تفتقر لقواعد إعلامية ذوي كفاءة وخبرة عالية.

المحور الرابع : صورة القنوات الجزائرية الخاصة و منها قناة النهار تي في لدى المشاهد الجزائري .

**الجدول رقم 18 :** يبين توزيع أفراد العينة حول تشكل صورة محددة للقنوات الجزائرية الخاصة عند المشاهد الجزائري حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%37.5	45	%38.09	24	%36.84	21	نعم	
%10	12	%09.52	06	%10.52	06	لا	
%52.5	63	%52.38	33	%52.63	30	الى حد ما	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بإجابات طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة قالمة ان نسبة 52.5 % بتكرار 63 مفردة ، منقسمة بين ذكور و انانث بنسبة متقاربة 52.63% و 52.38% على التوالي ، وهم الذين شكلت لديهم صورة محددة الى حد ما وهذا راجع الى ان التعرض للمادة الإعلامية يتihad للمتنافي نوعا ما إمكانية اكتساب أفكار ومعارف أخرى، ثم تليها نسبة 37.5 % للذين اجابوا بنعم بتكرار 45 مفردة ، قدرت نسبة الاناث فيها ب 38.09% و نسبة الذكور ب 36.84% ، يمكن تفسير ذلك بأنهم يتلقون بشكل فعلي للمادة الإعلامية ويتناقلون معها. بينما كانت 10 % منقسمة بين ذكور و انانث و هم من أقلية الطلبة الذين لا يرون ان هناك تكوين لتصورات جديدة من خلال التعرض ويمكن تفسير هذه الإجابة ان هؤلاء الطلبة لم تمس اذهانهم أي رؤية مختلفة إزاء تعرضهم للمادة الإعلامية.

**الجدول رقم 19 :** يبين توزيع أفراد العينة لطبيعة هذه الصورة حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%37.5	45	%42.85	27	%15.78	09	الإيجابية
%10	12	%14.28	09	%15.78	09	سلبية
%52.5	63	%42.85	27	%68.42	39	محايدة
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من الجدول الذي يمثل طبيعة الصورة المشكلة لدى المشاهد ان نسبة المبحوثين المحايدين قدرت ب 52.5% و بتكرار 63 مفردة و هي أعلى نسبة من بينها نسبة 68.42% للذكور و 42.85% للإناث ، تليها نسبة 37.5% من المبحوثين أجابوا بأنها صورة إيجابية بتكرار 45 مفردة ، فاقت فيها نسبة الإناث نسبة الذكور بـ 42.85% و 15.78% على التوالي ، أما فيما يخص الذين قالوا بأنها صورة سلبية كانت نسبتهم 10% فقط و بتكرار 12 مفردة ، منقسمة ما بين الجنسين .

تبين لنا من خلال معطيات الجدول أن القنوات الجزائرية الخاصة تحمل انطباعاً حسناً لدى غالبية المبحوثين ، و يرجع سبب ذلك إلى أنها جاءت كبديل اعلامي جديد للساحة الإعلامية في الجزائر ، و كذا طبيعة المادة الإعلامية التي تقدمها هذه القنوات في طرحها و تطرقها لمختلف البرامج و المواضيع الحاصلة و التي تهم الرأي العام .

الجدول رقم 20 : يمثل توزيع أفراد العينة حول أسباب تشكيل هذه الصورة حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%20	24	%19.04	12	%21.05	12	التجربة الفردية
%12.5	15	%09.52	06	%15.78	09	نتيجة التفاعل مع الآخرين
%12.5	15	%09.52	06	%15.78	09	شهرة القناة
%55	66	%61.90	39	%47.36	27	طبيعة المضامين
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

تشير البيانات الإحصائية من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 55% بتكرار 66 مفردة من بينها 61.90% للإناث و هي نسبة مرتفعة مقارنة مع نسبة الذكور التي قدرت ب 47.36% كانت لطبيعة المضامين فـ يفسر لنا ان هذه الأخيرة هي السبب الرئيسي والاهم في تحديد وتشكيل تصورات ذهنية لدى المشاهد بغض النظر على ان هذه التصورات ايجابية او سلبية ، ثم تليها نسبة 20% بتكرار 24 مفردة من بينها 21.05% للذكور و 19.04% للإناث ، من الذين اجابوا بـان الصورة الذهنية التي تتشكل لدى الفرد ناتجة عن التجربة الفردية ، حيث يمكن تفسير هذا ان التجربة الفردية اقوى في ترسيخ صورة ذهنية لدى المتألق ، ثم تأتي في الاخير نسبتين متساويتين فيما يخص نتـيـجـةـ التـفـاعـلـ معـ الـآخـرـينـ وـ شـهـرـةـ القـنـاـةـ بـ12.5% بتكرار 15 مفردة حيث تساوت نسب الذكور و الإناث في كليهما ، وقد يرجع ذلك الى ان مايسمعه الفرد من اشخاص اخرون مختلفا على مايراه ويسمعه بنفسه بالإضافة الى ان الغير يساهمون بشكل كبير في تشكيل صورة ذهنية حول القناة لدى الفرد .

**الجدول رقم 21 :** يبين توزيع أفراد العينة لعلاقة كثافة التعرض بتحديد الصورة نحو هذه القنوات حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	٪	ن	٪	ن	٪	
%05	06	%00	00	%10.52	06	دائما
%55	66	%47.61	30	%63.15	36	أحيانا
%40	48	%52.38	33	%26.31	15	نادرا
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

من خلال تفحص المعطيات الواردة في الجدول أعلاه، يتضح أن أعلى نسبة هي 55% بتكرار 66 من افراد العينة حيث نجد نسبة الذكور بها 63.15% و نسبة الاناث 47.61 و هم الذين يرون أنه أحيانا ما تكون لكثافة التعرض دور في تكوين الانطباعات و التصورات المسبقة على ان الانطباع الأول يغرس صور وأفكار جديدة .

ثم نسبة 40% بتكرار 48 مفردة نجد فيها نسبة الاناث تفوق نسبة الذكور بنسب 52.38% و 26.31 على التوالي من الطلبة كانت إجابتهم نادرا ما يفسر انه نادرا ما يكون للتعرض دور في تحصيل تصويرات أخرى.

واخيرا نسبة 05% و بتكرار 06 مفردات موزعة ما بين ذكور و اناث من الطلبة الذين أجابوا دائما كثافة التعرض لها دور في تكوين الانطباعات والتصورات، يدل هذا على أن التعرض المكثف والمستمر يكسب المتنلقي معاني ومعتقدات وأفكار وصور حول العالم، ويمكن أن تكون بعيدة عن العالم الواقعي إلا أنه يكتسبها نوعا من الثقة .

**الجدول رقم 22 : يبين توزيع أفراد العينة حول تقديم القنوات الجزائرية الخاصة اضافة نوعية للساحة الاعلامية في الجزائر حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الاجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%37.5	45	%19.04	12	%57.89	33		نعم
%10	12	%09.52	06	%10.52	06		لا
%52.5	63	%71.42	45	%31.57	18		الى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول المتعلق برأي الطلبة المبحوثين حول ما إذا قدمت القنوات الجزائرية الخاصة إضافة للساحة الإعلامية في الجزائر ام لا فنجد ان معظم افراد العينة الذين بلغ عددهم 63 مبحوث قالوا بانها قدمت إضافة للساحة الإعلامية وبنسبة 52.5% من بينها نسبة 71.42% للإناث وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور التي قدرت ب 31.57% ، تليها نسبة 37.5% للذين اجابوا بنعم وبتكرار 45 مفردة من بينها 57.89% للذكور و 19.04% للإناث ، فيما كانت نسبة الذين قالوا بان هذه القنوات لم تقدم إضافة للساحة الإعلامية في الجزائر 10% فقط وبتكرار 12 مفردة موزعة بين ذكور وإناث و تعتبر نسبة ضئيلة جدا .

من خلال معطيات الجدول أعلاه تبين لنا القنوات ان القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة قدمت إضافة الى الساحة الإعلامية في الجزائر وذلك من خلال إجابات المبحوثين وهو امر اجابي ومشجع لهذه القنوات ونقطة تحسب لها خاصة مع مرور الوقت والبروز اكثرا في المجال الإعلامي . والجدير بالذكر ان نوع الإضافة التي قدمتها هذه القنوات الخاصة حسب رأي هؤلاء الطلبة نجدها في الجدول الموالي.

**الجدول رقم 23 :** يبين توزيع أفراد العينة في اعتبار أن هذه القنوات تعد منافساً للقنوات العربية الأخرى في اجتذاب المتنقي الجزائري حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الإجابة نعم	الجنس
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%37.5	45	%38.09	24	%36.84	21		
%17.5	21	%19.04	12	%15.78	09		لا
45	54	%42.85	27	%47.36	27		الى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و المتعلق برأي الطلبة المبحوثين حول ما اذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تعتبر منافساً للقنوات العربية الأخرى في اجتذاب المتنقي الجزائري وقد كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بعبارة الى حد ما 45% و بتكرار 54 مفردة من بينها نسبة 47.36% من الذكور و 42.85% من الاناث ، و تليها نسبة الذين أجابوا بنعم 37.5% بتكرار 45 مفردة حيث نجد نسبتي الذكور و الاناث فيها متقاربة بنسب 38.09% و 36.84% على التوالي ، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بلا 17.5% بتكرار 21 مفردة ، موزعة ما بين ذكور و اناث .

و هذا ما يفسر مدى أهمية القنوات الجزائرية الخاصة و قدرتها على جذب المتنقي و المشاهد الجزائري و يعود ذلك الى نوعية المضامين التي تعالج حياة المواطن الجزائري و تحاكي واقعه المعايش ، و كذلك فتح الباب أمام المتنقي لطرح و مناقشة مختلف القضايا و الانشغالات التي تهمه على الهواء مباشرة او اجراء مقابلات مع العالم الخارجي حول قضية او موضوع ما .

**الجدول رقم 24 :** يبين توزيع أفراد العينة حول ما اذا كانت القوات الجزائرية الخاصة تعد اعلام خبر حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	لـ	ن	لـ	ن	لـ	الاجابة
%47.5	57	%42.85	27	%52.63	30	نعم
%17.5	21	%19.04	12	%15.78	09	لا
%35	42	%38.90	24	%31.57	16	الى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يتضح لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه و الخاص برأي الطلبة المبحوثين حول ما اذا كانت القوات الجزائرية الخاصة اعلام خبر ، حيث كانت نسبة الذين أجابوا بنعم %47.5 بتكرار 57 مفردة أي ما يقارب نصف المبحوثين حيث نجد من بينها نسبة 52.63% من الذكور و 42.85% من الاناث ، و تعتبر أعلى نسبة ، ثم تليها نسبة المبحوثين الذين أجابوا بعبارة الى حد ما حيث قدرت ب 35% و بتكرار 42 مفردة فاقت فيها نسبة الاناث 38.90% نسبة الذكور 31.57% ، في حين كانت نسبة الذين أجابوا بلا %17.5 بتكرار 21 مفردة موزعة ما بين الجنسين .

يمكن أن نفسر ذلك الى اعتماد القوات الجزائرية الخاصة على البرامج الإخبارية باعتبارها متعددة و دائمة كما أنها ترتبط ارتباطا مباشرا مع حياة المواطن التي تعبر عن انشغالاته و اهتماماته ، هذا الأخير الذي يريد معرفة و التطلع على كل ما هو جديد ، و يمكن كذلك القول أن هذه القوات تجد صعوبات كبيرة من ناحية انتاج مختلف البرامج .

الجدول رقم 25 : يمثل توزيع العينة حول ما تأييد فكرة أن القنوات الجزائرية الخاصة ذات مضمون مشابه من خلال البرامج التي تعرضها حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
ن	ك	ن	ك	ن	ك	الإجابة
%40	48	%42.85	27	%36.84	21	مؤيد
%20	24	%19.04	12	%21.05	12	معارض
%40	48	%38.09	24	%42.10	24	محايد
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تشابه مضمون القنوات الجزائرية الخاصة من خلال البرامج التي تعرضها حيث نجد إجابات المبحوثين تساوت ما بين اجابتي مؤيد ومحايد بنسبة قدرت بـ 40 % لكل منها و يقابلها نفس التكرار 48 مفردة حيث نجد نسب الذكور و الإناث فيما مقاربة ، ثم تليها نسبة 20 % للذين أجابوا بمعارض بتكرار 24 من أفراد العينة المبحوثة موزعة على الجنسية .

يمكن تفسير ذلك الى طبيعة مضمون تلك القنوات و مهنية هذه القنوات التي توفر مختلف البرامج التي تتال اهتمام المشاهد الجزائري ، اضافة الى اعتبارها سبب حرية التعبير عن الواقع و تميزها بالمصداقية و الشمولية في نقل الأخبار ، كما أنها تسعى في تحقيق و الوصول الى الاحترافية .

**الجدول رقم 26 :** يبين توزيع أفراد العينة ما ان كانت قناة النهار تي في تحقق السبق الصحفي في نقل الأخبار حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك		
%42.5	51	%42.85	27	%42.10	24		نعم
%17.5	21	%14.28	09	%21.05	12		لا
%40	48	%42.85	27	%36.84	21		الى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57		المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه الخاص بإجابات الطلبة المبحوثين حول ما ان كانت قناة النهار " تي في " تتحقق السبق الصحفي في نقل الأخبار ، حيث كانت أعلى نسبة هي 42.5% للذين أجابوا بنعم بتكرار 51 مفردة نجد بها نسبة 42.85% للإناث و 42.10% للذكور ، ثم تليها نسبة الذين أجابوا بعبارة الى حد ما بـ 40% و بتكرار 28 مفردة من بينها 42.85% للإناث و 36.84% للذكور ، و أخيرا نسبة 17.5% للذين أجابوا بلا و بتكرار 21 مفردة موزعة ما بين الجنسين .

و هذا راجع الى طبيعة المضامين التي تقدمها قناة النهار " تي في " و كذا السرعة في نقل الأحداث بصورة فورية و انية ، و اعتمادها على مصادر موثوقة تزيد من مصداقية الخبر .

الجدول رقم 27 : يبين توزيع أفراد العينة أن قناة النهار تي في صورة طبق الأصل عن الجريدة الورقية حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الإجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%15	18	%19.04	12	%10.52	06	نعم
%47.5	69	%52.38	33	%63.15	36	لا
%27.5	33	%28.57	18	%26.31	15	إلى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إجابات الطلبة المبحوثين حول ما ان كانت قناة "النهار" تي في " صورة طبق الأصل عن الجريدة الورقية ، حيث كانت إجابة الطلبة المبحوثين بلا تكرار 69 مفردة نجد بها نسبة الذكور ب 63.15 % و هي تفوق نسبة الإناث 52.38 % ، ثم تليها 27.5 % بتكرار 33 مفردة من الذين أجابوا بعبارة إلى حد ما و بنسب مقاربة بين الذكور و الإناث حيث قدرت ب 26.31 % و 28.57 % على التوالي ، في حين نجد نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ 15 % بتكرار 18 مفردة موزعة ما بين الجنسين و تعتبر نسبة ضئيلة .

يمكن تفسير ذلك بحكم اختصاص الطلبة المبحوثين و هم طلبة الاعلام و الاتصال و مدى اهتمامهم و متابعتهم و اطلاعهم على كل ما يقدم في كل من قنوات و جرائد صحفية ، و يرون ان هناك اختلاف فيما يعرض و يقدم .

**الجدول رقم 28 :** يمثل توزيع أفراد العينة حول اعتماد قناة النهار تي في على أخبار الإثارة و الدعاية من أجل جذب المشاهد حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك		
%40	48	%28.57	18	%52.63	30	دائما	
%42.5	51	%47.61	30	%36.84	21	أحيانا	
%17.5	21	%23.80	15	%10.52	06	نادرا	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة الطلبة المبحوثين الذين أجابوا بأحيانا قدرت بـ 42.5% بتكرار 51 مفردة ممن يرون أن قناة النهار " تي في " تعتمد كثيرا على أخبار الدعاية من أجل جذب المشاهد من بينها 47.61% من الذكور وهي تفوق نسبة الإناث التي قدرت بـ 36.84% ، ثم تليها نسبة 40% تخص الذين أجابوا بدائما و بتكرار 48 مفردة ، حيث تقدر نسبة الذكور فيها 52.63% وهي تفوق نسبة الإناث التي قدرت بـ 28.57% ، ثم في الأخير نسبة 17.5% للذين كانت اجابتهم بنادرا بتكرار 21 موزعة على الجنسين .

يمكن تفسير ذلك إلى أن قناة النهار تي في تعتمد كثيرا على عدة أساليب لجذب المشاهد الجزائري و ذلك في طريقة نقلها لمختلف الأخبار و كذا تطرقها لمواضيع هامة غالبا ما تكون حساسة إلى جانب ذلك فإنها تعمل على المبالغة والتهويل في تغطيتها لمختلف الأحداث و لا تراعي الخصوصية لدى الأفراد و فئات المجتمع الجزائري في برامجها الاجتماعية خاصة .

**الجدول رقم 29 :** يبين توزيع أفراد العينة بأن قناة النهار تي في هي قناة موضوعية حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الاجابة
ن	٪	ن	٪	ن	٪	
%20	24	%28.57	18	%10.52	06	نعم
%32.5	39	%28.57	18	%36.84	21	لا
%47.5	57	%42.85	27	%52.63	30	الى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات الطلبة المبحوثين حول ما اذا كانت قناة النهار " تي في " قناة موضوعية ، حيث كانت أعلى نسبة الذين أجابوا بعبارة الى حد ما %47.5 بتكرار 57 مفردة من بينها %52.63 للذكور و نسبة 42.85% من الاناث ، ثم تليها نسبة 32.5 % للذين أجابوا بلا بتكرار 39 مفردة نجد فيها نسبة 36.84% من الذكور و 28.57% من الاناث ، وفي الأخير نسبة 20 % للذين أجابوا بنعم و بتكرار 24 مفردة من عينة المبحوثين موزعة على الجنسين .

يمكن تفسير ذلك الى أن قناة النهار " تي في " لا تحرص على الحياد و الموضوعية في نقلها لمختلف الأخبار و هذا راجع الى ضعف مهنية اعلاميتها و صحفيتها و مصداقية المعلومات المنتقاة التي غالبا ما نجدها من مصادر غير رسمية أو مغلوطة .

**الجدول رقم 30 :** يبين توزيع أفراد العينة حول اعتبار قناة النهار تي في القناة الاخبارية الأولى بالجزائر حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الاجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك		
%25	30	%28.57	18	%21.05	12	نعم	
%25	30	%19.04	12	%31.57	18	لا	
%50	60	%52.38	33	%47.36	27	لا أدري	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

يتضح لنا من خلال الجدول الخاص بإجابة الطلبة المبحوثين حول اعتبار أن قناة النهار " تي في " القناة الاخبارية الأولى بالجزائر حيث كانت اجابة المبحوثين بعبارة لا أدري هي الأعلى بنسبة 50 % بتكرار 60 مفردة من عينة المبحوثين حيث تعادل نصف المبحوثين ، نجد من بينها نسبة 52.38% من الإناث و 47.36% من الذكور ، و ذلك يعود الى أن نصف المبحوثين ليست لهم متابعة مستمرة للفناة أو أنهم يتبعون و يتعرضون لقنوات تلفزيونية أخرى ، فيما كانت اجابة المبحوثين بنعم و لا متساوية بنسبة 25% لكل منهما و بنفس التكرار ب 30 مفردة من عينة المبحوثين موزعة على الجنسين ، حيث يمكن تفسير ذلك الى أن الطلبة المبحوثين لا يملكون صورة واضحة عن القناة .

**الجدول رقم 31 :** يبين توزيع أفراد العينة حول اعتماد قناة النهار تي في على كواذر اعلامية ذات كفاءة عالية حسب متغير الجنس .

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الإجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك	
%17.5	21	%19.04	12	%15.78	09	نعم
%27.5	33	%28.57	18	%26.31	15	لا
%55	66	%52.38	33	%57.89	33	إلى حد ما
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول الخاص بإجابة الطلبة المبحوثين حول ما اذا كان قناة النهار "تي في" تعتمد على كواذر اعلامية ذات كفاءة عالية ، حيث كانت نسبة الذين أجابوا بعبارة الى حد ما هي أعلى نسبة قدرت ب 55% بتكرار 66 مفردة و هي نسبة تفوق نصف عينة الافراد المبحوثين من بينها 57.89% من الذكور و 52.38% من الاناث ، و هذا راجع الى اعتماد الطلبة المبحوثين على وسائل اعلامية أخرى و يتعرضون أو يشاهدون قنوات تلفزيونية أخرى و ذلك لحاجاتهم في اكتساب معلومات جديدة و تقسي الأخبار من مصادر أخرى ، ثم تليها نسبة 27.5% للذين أجابوا بلا و بتكرار 33 مفردة ، حيث نجد نسبتي الذكور و الاناث فيها متقاربة بنسب 26.31% و 28.57% على التوالي ، و قد يرجع ذلك الى عدم حرص القناة على التمييز في الانتاج الاعلامي سواء من الناحية التقنية أو الفنية أو الموضوعية و عدم اعتمادها على أساليب التأثير و الاقناع في العمل الاعلامي مما يفقد عنصر الجذب عند الاعلامي أو الصنفي العامل ، في حين كانت نسبة الذين أجابوا بنعم 17.5% بتكرار 21 مفردة موزعة ما بين ذكور و اناث ، لأنهم يرون أن القناة تتطلع الى زيادة كفاءة العامل البشري بتكونين الصحفيين و رفع المستوى التكويني لهم .

**الجدول رقم 32 : يبين توزيع أفراد العينة حول البرامج المقدمة في قناة النهار تي في تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الإجابة
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%17.5	21	%23.80	15	%10.52	06	دائما
%65	78	%66.66	42	%63.15	36	أحيانا
%17.5	21	%09.52	06	%26.31	15	نادرًا
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

ان بيانات الجدول تعبر عن اراء الطلاب في البرامج المقدمة على قناة النهار " تي في " حيث نرى ان نسبة 65% بتكرار 78 مفردة موزعة على الذكور بنسبة 63.15% بتكرار 36 مفردة و 66.66% للإناث بتكرار 42 مفردة ، ومن يرون انه أحيانا ما تعكس الواقع المواطن الجزائري، وسجّلت نسبة كل من الإجابة ب " دائما ونادرًا " نسبة متساوية قدرت ب 17.5% بتكرار 21 مفردة من المبحوثين لكل منهما موزعة على الجنسين ، هذا ما يفسر لنا بالنسبة للذين أجابوا ب دائمًا يرون ان برامج القناة دائما ما تعكس الواقع الذي يعيشه يرجع تفسير هذا الى ان القناة تقدم مضمونها على شكل منوعات تجذب المتنائي قصد الترفيه والمتعة والتثقيف والأخبار لتجنب الملل الا انها أيضا تعالج حياة المواطن الجزائري، نشاهد ذلك من خلال الاتصالات مع المحيط الخارجي من داخل البرنامج وطرح المتنائي لقضية على الهواء مباشرة او اجراء مقابلات مع العالم الخارجي حول قضية ما، مثلا ما رايك في قضية اختطاف الأطفال في الجزائر اما بالنسبة للذين أجابوا بنادرًا يرون انه نادرًا ما تعكس الواقع المواطن الجزائري، قد يكون تفسير هذا هو عدم متابعة القناة بصفة مستمرة.

**الجدول رقم 33: يبين توزيع أفراد العينة حول ما ان كانت المواقف التي طرحتها قناة النهار تي في تسير فوق أجندية سياسية معينة حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الإجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك		
%72.5	87	%76.19	48	%68.42	39		نعم
%27.5	33	%23.80	15	%31.57	18		لا
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

يتضح لنا من خلال الجدول الخاص باجابات الطلبة المبحوثين حول ما اذا كانت المواقف التي طرحتها قناة النهار "تي في" تسير وفق أجندية سياسية معينة حيث كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بنعم %72.5 بتكرار 87 مفردة وهي نسبة عالية جدا ، ونجد منها نسبة الإناث 76.19% وهي تفوق نسبة الذكور 68.42% ، في حين كانت نسبة الذين أجابوا بلا 27.5% بتكرار 33 مفردة من أصل 120 عينة من المبحوثين فقط ، موزعة ما بين ذكور و إناث حيث نجد نسبة الذكور تقدر ب 31.57% و نسبة الإناث ب 23.80%.

و يمكن تفسير ذلك الى أن القناة تسعى في تحسين و تطوير خدمتها و هذا ما يتبيّن لنا من خلال نجاحها و تفوقها في رسم صورة مستقبلية تعمل على تطوير القنوات الجزائرية الخاصة على حساب القنوات الحكومية .

**الجدول رقم 34 : يبين توزيع أفراد العينة حول عدم تمتع القنوات الجزائرية الخاصة ومنها قناة النهار "تي في" بقدر كاف من الحرية في التعبير حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الاجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك		
%52.5	63	%47.61	30	%68.42	39	نعم	
%47.5	57	%38.52	33	%31.57	18	لا	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة عادت للذين كانت اجابتهم بنعم حول أن القنوات الجزائرية الخاصة ومنها قناة النهار "تي في" بأنها لا تتمتع بقدر كاف من الحرية في التعبير حيث قدرت بـ %52.5 بتكرار 63 مفردة ما بين ذكور و إناث حيث كانت نسبة الذكور 68.42 % بتكرار 39 مفردة و قدرت نسبة الإناث 47.61 % بتكرار 30 مفردة ، في حين كانت نسبة الذين أجابوا بلا %47.5 بتكرار 57 مفردة من بينها 31.57 % و بتكرار 18 مفردة للذكور و نسبة 38.52 % للإناث بتكرار 33 مفردة ، و تعتبر نسب متقابلة نوعا ما .

يمكن ارجاع ذلك الى أن هذه القنوات جاءت متأخرة بسبب تأخر الانفتاح السمعي البصري في الجزائر و كذا طبيعة النظام بها الذي وضع مجموعة من القوانين التي تقيد عمل مختلف هذه القنوات بصفة مطلقة ، الا أن هذا الأخيرة تعتمد على نوع من الصراحة و التمتع بالحرية في تقديمها لمختلف الأخبار التي تهم المشاهد الجزائري ، مقارنة بالقنوات الحكومية التي تغلب عليها الرقابة و السلطة .

**الجدول رقم 35 : يبين توزيع أفراد العينة بأن قناة النهار تي في تقدم مضممين اعلامية هابطة لا ترقى الى ذوق المشاهد الجزائري حسب متغير الجنس .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الاجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك		
%17.5	21	%14.28	09	%21.05	12	مؤيد	
%25	30	%28.57	18	%21.05	12	معارض	
%57.5	69	%57.14	36	%57.89	33	محايد	
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الخاص بإجابات الطلبة المبحوثين حول ما اذا كانت قناة النهار "تي في " تقدم مضممين اعلامية هابطة لا ترقى الى ذوق المشاهد الجزائري ، حيث قدرت نسبة المبحوثين المحايدين 57.5% بتكرار 69 مفردة و هي أعلى نسبة ما بين ذكور و اناث حيث نجد نسبة الذكور 57.89% و نسبة الاناث 57.14% ، تليها نسبة المبحوثين الذين أجابوا بمعارض حيث قدرت ب 25% بتكرار 30 مفردة موزعة على الذكور و الاناث بنسب 21.05% و 28.57% على التوالي ، في حين كانت نسبة الذين أجابوا بمؤيد 17.5% و بتكرار 21 مفردة وهي نسبة ضئيلة موزعة على الجنسين .

و هذا راجع الى تنوع برامج و اخبار قناة النهار "تي في " في مختلف المجالات و التي تتالت اهتمام الكثير من المشاهدين و تناولها لأحداث و مواضيع مهمة ، كما قد تكون هذه القناة المنتفس الديمقراطي الوحيد للمشاهد الجزائري في طرح أفكاره و اراءه دون ضغط أو صيانة من أحد .

**الجدول رقم 36 : يبين توزيع أفراد العينة حول اعتبار أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تعد افتاحا حقيقيا للسمعي البصري كما كان متوقعا .**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس \ الاجابة
ن	أك	ن	أك	ن	أك	
%15	18	%04.76	03	%26.31	15	مؤيد
%17.5	21	%19.04	12	%15.78	09	معارض
%67.5	81	%76.19	48	%57.89	33	محايد
%100	120	%100	63	%100	57	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الخاص باجابات الطلبة المبحوثين حول ما اذا تعد القنوات الجزائرية الخاصة افتاحا للسمعي البصري كما كان هو متوقع ، حيث نجد نسبة الطلبة المحايدين 67.5 % و بتكرار 81 مفردة من عينة المبحوثين و هي أعلى نسبة ، موزعة ما بين ذكور و اناث حيث كانت نسبة الذكور 57.89 % و هي أقل من نسبة الاناث التي قدرت ب 76.19 % ، تليها نسبة 17.5 % من الذين أجابوا بمعارض بتكرار 21 مفردة ، من بينها 15.78 % من الذكور و 19.04 % من الاناث ، في حين كانت نسبة الذين أجابوا بمؤيد 15 % بتكرار 18 مفردة موزعة على الجنسين .

و هذا راجع الى أن المبحوثين هم طلبة الاعلام و الاتصال و بحكم تخصصهم فهم منفتحين أكثر على العالم الخارجي ويشاهدون القنوات العربية و الأجنبية الأخرى ، كما أن تأخر الافتتاح السمعي البصري في الجزائر لم يكن بالحدث الجديد و اعتبروا أن القنوات الجزائرية الخاصة تفتقد الى الاحترافية و ذلك لافتقارها الى بعض عناصر الجذب .

**النتائج الجزئية و العامة للدراسة :**

بعد افتتاح مجال السمعي البصري وظهور ما يسمى بالирующية الإعلامية في الجزائر فتح المجال أمام انتشار قنوات جزائرية خاصة حديثة النشأة و التي أصبحت تشكل محورا مهما في حياة الفرد الجزائري وتساهم في تكوين وتوجيه الرأي العام و نوعيته عن طريق المادة الإعلامية ، حيث أخذت هذه القنوات معنى جديد انعكست على المجتمع الجزائري ككل وتعمل على التأثير فيه من خلال المضامين والبرامج التي تبثها وباعتبارها موضوع عملنا هذا ، فمن خلال نتائج دراستنا يتضح لنا :

**النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الأول :**

من خلال تحليلنا للاستماراة الموجهة لمجتمع البحث يتضح أن :

- من خلال النتائج أن نسبة 80% أحيانا ما يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة .
- يتضح من خلال النتائج أن نسبة 57.5% يقضون أقل من ساعة يوميا في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة .
- تبين لنا نسبة 52.5% من المبحوثين أنهم يفضلون مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة مع العائلة .
- أكدت لنا نسبة 80% من المبحوثين أنهم يعتمدون على وسيلة التلفزيون في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة .
- اتضح لنا أن نسبة 27.5% من المبحوثين يحبذون مشاهدة قناة الشروق TV و تليها نسبة 22.5% من يشاهدون قناة النهار " تي في " على القنوات الخاصة الأخرى .
- تبين لنا نسبة 32.5% من المبحوثين الذين يفضلون البرامج الاخبارية في القنوات الجزائرية الخاصة.

**النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثاني :**

من خلال تحليلنا للاستماراة الموجهة لمجتمع البحث يتضح أن :

- من خلال النتائج أن نسبة 65% أحيانا ما يشاهدون قناة النهار " تي في " .
- يتضح من خلال النتائج أن نسبة 72.5% يقضون أقل من ساعة يوميا في قناة النهار " تي في " .
- أكدت لنا نسبة 90% من المبحوثين أنهم يعتمدون على وسيلة التلفزيون كوسط اعلامي في مشاهدة قناة النهار " تي في "
- أثبتت نسبة 75% أن الدافع الذي يجعله يشاهد قناة النهار " تي في " هي الاطلاع على الأخبار

- اتضح لنا من خلال النتائج أن نسبة 52.5% يشاهدون قناة النهار " تي في " من سنة الى 03 سنوات .
- يتبيّن لنا من خلال النتائج أن نسبة 65% من المبحوثين يرون ان قناة النهار " تي في " تلبي حاجياتهم كمتلقين الى حد ما .
- يتضح لنا من خلال النتائج ان نسبة 47.5% من المبحوثين يفضلون مشاهدة قناة النهار " تي في " في الفترة المسائية .
- أثبتت نسبة 70% ان الدافع الذي يجعل المبحوثين يشاهدون قناة النهار " تي في " هي المضامين المقدمة.

**النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثالث:**

من خلال تحليانا للاستماراة الموجهة لمجتمع البحث اتضح أن :

- أكدت نسبة 52.5% من المبحوثين أنه الى حد ما تشكل لديهم صورة محددة عن القنوات الجزائرية الخاصة .
- اتضح لنا من خلال النتائج أن نسبة 52.5% محايدين حول طبيعة الصورة المشكلة لديهم .
- أكدت لنا النتائج أن نسبة 55% من المبحوثين تشكلت لديهم صورة حول القنوات الجزائرية الخاصة من خلال طبيعة المضامين .
- أثبتت نسبة 55% من المبحوثين أنهم أحيانا ما يرون أن كثافة التعرض لها علاقة بتحديد صورة نحو هذه القنوات .
- يتبيّن لنا من خلال النتائج أن نسبة 52.5% يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة قد قدمت الى حد ما اضافة نوعية للساحة الاعلامية في الجزائر .
- اتضح لنا أن نسبة 45% يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة تعتبر الى حد ما منافسا للقنوات العربية الأخرى في اجتذاب المتلقي الجزائري .
- أثبتت لنا نسبة 47.5% أن القنوات الجزائرية الخاصة تعد اعلام خبر .
- يتضح من خلال النتائج أن نسبة 40% من المبحوثين يؤيدون فكرة أن القنوات الجزائرية الخاصة ذات مضمون متشابه من حيث البرامج التي تعرضها .

- أثبتت نسبة 42.5% أن قناة النهار " تي في " تحقق السبق الصحفي في نقل الأخبار .
- أثبتت نسبة 47.5% أن قناة النهار " تي في " ليست صورة طبق الأصل عن الجريدة الورقية .
- يتضح لنا من خلال النتائج أن نسبة 42.5% من المبحوثين أنه أحياناً ما تعتمد قناة النهار " تي في " على أخبار الإثارة و الدعاية في جذب المشاهد .
- أثبتت نسبة 47.5% أن قناة النهار " تي في " قناة موضوعية إلى حد ما .
- تبين لنا من خلال النتائج أن نسبة 50% من المبحوثين يشككون بأن قناة النهار " تي في " هي القناة الاخبارية الاولى في الجزائر .
- اتضح لنا من خلال النتائج ان نسبة 55% من المبحوثين برون أن قناة النهار " تي في " تعتمد الى حد ما على كوادر اعلامية ذات كفاءة عالية .
- أثبتت نسبة 65% أن البرامج التي تقدمها قناة النهار " تي في " احياناً ما تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري .
- أكدت نسبة 72.5% أن المواضيع التي تطرحها قناة النهار " تي في " تسير وفق أجندية سياسية معينة.
- أثبتت نسبة 52.5% أن القنوات الجزائرية الخاصة ومنها قناة النهار " تي في " لا تتمتع بقدر كاف من الحرية في التعبير .
- اتضح لنا من خلال النتائج أن نسبة 57.5% من المبحوثين لا يؤيدون فكرة أن قناة النهار " تي في " تقدم مضموناً اعلامياً هابطاً لا ترقى إلى ذوق المشاهد الجزائري .
- أثبتت نسبة 67.5% من المبحوثين لا يؤيدون فكرة أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تعد افتتاحاً حقيقياً للسمعي البصري كما كان متوقعاً .

### النتائج العامة :

- أن القنوات الجزائرية الخاصة ومن بينها قناة " النهار تي في " على الخصوص لاعتبارها صرح إعلامي جديد ، حيث وجدنا نسبة عالية من يشاهدون قناة " الشروق " تي في " ثم تليها نسبة الدين يشاهدون قناة "

النهار " تي في " ومن بعدها قناة البلاد . ويرجع سبب تفضيل المشاهدة من قناة إلى قناة أخرى إلى نوعية المضامين المقدمة وكذا مختلف البرامج و الأخبار التي تبثها مع طبيعة الاهتمامات الفردية .

- فباعتبار أن هذه القنوات صرخ إعلامي جديد في الساحة الإعلامية بالجزائر فان عامل التنافسية مفروض ولهذا تسعى كل قناة من هاته القنوات إلى كسب الجمهور و المتبعين ولا يكون ذلك إلا من خلال المادة الإعلامية المقدمة من مذيعين و برامج و أخبار متعددة حيث نجد في المقام الأول نشرات الأخبار بنسبة عالية ومن يشاهدون الأخبار على البرامج الأخرى وهذا لأسلوبها المميز في طريقة العرض وكذلك مدى اهتمام الجمهور بمتابعة الأحداث التي تجري في الجزائر ، كما يعكس أيضا أن نشرات الأخبار وحدها هي التي توفر للجمهور هذه الخدمة .

في حين نجد تليها نسبة من يحبذون البرامج الثقافية و ذلك لاعتبارها تلعب دورا كبيرا في تنمية المشاهد و تتمي مداركه الثقافية و تتمدء بالمعرفة ، خصوصاً ما تزايد إقبال المشاهدين اتجاه القنوات الجزائرية الخاصة . أما فيما يخص كل من البرامج الترفيهية و الدينية و كذا الأغاني والمنوعات والمسلسلات والأفلام و الرياضة فقد كانت نسب تفضيلها متساوية وهذا ما يحدد طبيعة المجتمع الجزائري ، وكذلك كلما زادوعي الطلبة كلما تغير اهتمامهم نحو الأمور الأكثر جدية فيما تعرضه هذه القنوات الخاصة .

- وجدنا أن قدرة القنوات الجزائرية الخاصة ومن بينها قناة " النهار تي في " على تشكيل الصورة الذهنية لدى المشاهد الجزائري كبيرة ومنه استخلصنا أن التعرض للمادة الإعلامية المقدمة لهذه القنوات يؤدي إلى حد ما في تكوين تصورات جديدة لدى المتلقى أو المستقبل .

**التوصيات :**

شكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة انعطافا حاسماً في مسيرة الإعلام الجزائري ، ونقلة نوعية في مستوى المعالجة الإعلامية لكثير من القضايا المحلية والإقليمية و كذا العالمية منها ، حيث بات من المؤكد أنها تشكل واحدة من أهم معالم الخريطة الإعلامية في الجزائر وفي ظل التحديات التي تواجه القنوات الجزائرية الخاصة نتيجة لتدفق المضمون المثير و المتنوع و الجذاب ، من خلال ما تبثه القنوات الفضائية العربية و الأجنبية و المنافسة ، و أخيرا اقتربنا مجموعة من التوصيات التي تخص الدراسة حيث تمثلت في :

- ضبط القوانين الخاصة بالسمعي البصري مما يسمح بفتح المجال أمام الخواص .
- محاولة تشريح المشهد السمعي البصري في ظل الانفتاح على القطاع الخاص .
- وضع خطة شاملة تنظم عمل المنظومة الفضائية للإعلام الجزائري ، حتى توأكب التحولات والتغيرات الكبرى في ميدان التلفزيون الفضائي .
- لابد من تضاعف القنوات الجزائرية الخاصة من دورها في إعلام و تعميم و تنقيف و توعية جمهورها عن طريق تقديم نويعات جيدة من البرامج .
- وضع إستراتيجية علمية توضح بدقة كيفية الانتقال بالتلفزيون الفضائي الجزائري من الهواية إلى الاحترافية
- توضيح نقاط القوة والضعف في الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية الجزائرية لاسيما الخاصة منها .
- تقييم الأداء الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة من حيث المضامين الإعلامية التي تقدمها .

**الخاتمة**

**خاتمة:**

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص، فكما لاحظنا من هذه الدراسة انه لم يعد مقتضرا على وظيفة الاعلام او نقل الاحداث والمستجدات فقط، بل تعدى الى المساهمة في التنشئة الاجتماعية وفي تشكيل الرأي العام، حيث يقوم بدور استراتيجي هام في توجيه المجتمع وارشاده وتنقيفه.

فمن خلال الدراسة الميدانية سعينا لمعرفة التصورات المبنية لدى الجمهور من خلال تعرضه للمضمون الإعلامي للقنوات الخاصة الجزائرية، وتم تسليط الضوء على قناة النهار "تي في" على وجه الخصوص.

استنتجنا ان مثل هذه المضمونين تساعد في بناء انطباعات جديدة و مختلفة لدى المثقفي.

## **قائمة المصادر و المراجع**

معاجم وقواميس:

1. أحمد حسين الصاوي، سامي عزيز، **قاموس المصطلحات الإعلامية**، المركز العربي للدراسات الإعلامية، القاهرة، 1993.

2. ابن منظور: لسان العرب، جزء 15، بيروت، 1952.

3. كرم شلبي: **معجم المصطلحات الإعلامية**، ط 1، دار الشروق، القاهرة، 1998.

4. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الجزء الأول، مجمع اللغة العربية، القاهرة، سنة 1985.

5. المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، **المعجم العربي الأساسي**، لاروس، باريس، سنة 1988.

مراجع باللغة العربية:

1. أشرف أحمد عبد المغيث، دور الإعلام في تكوين الصورة الذهنية للعالم الثالث لدى الشباب المصري. دراسة تحليلية و ميدانية كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سنة 1993.

2. أمينة مزيان ، تجربة الإنفتاح الإعلامي للقطاع السمعي البصري الخاص ، دراسة إستطلاعية لإتجاه الصحفيين الجزائريين لقناتي الشروق والنهاير ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2015.

3. إيدير شيباني ، رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئيسيات 17 أفريل 2014 ، دراسة مسحية لأراء الصحفيين بالقنوات الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص دراسات قانونية و إعلامية ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، 2016 .

6. ايمن منصور، ندا، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التغيير "كيف يرانا الغرب" ،

7. البكري، ايد شاكر، تقنيات الاتصال بين زميين، دار الشروق، عمان، 2001.

8. بن يوسف بن خدة : نهاية حرب التحرير في الجزائر ، اتفاقيات ايفيان ، ترجمة لحسن زداد ، محمد العين جبالي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1987 .

9. جمال حاسم محمود، التقرير الاعلامي التلفزيوني، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية 23، العدد الثاني، دمشق سوريا(1)، 2007

10. جيهان رشتي، "الإعلام العربي وقضايا المرأة"، مجلة البحث والدراسات العربية، العدد 22 ، القاهرة ، ديسمبر 2002م.

11. حماد إبراهيم، "صورة الولايات المتحدة الأمريكية في الصحافة المصرية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 1986.
12. حميد الدليمي، علم اجتماع الإعلام: رؤية سوسيولوجية مستقبلية، ط 1 (عمان: دار الشروق، 2002).
13. حنان أحمد سليم وحسام علي سلامة، صورة الغرب كما يعكسها الإعلام العربي، دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة في كتاب، المؤتمر العلمي السنوي الثامن الإعلام وصورة العرب والمسلمين الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ماي 2001.
14. حنان سليم وحسام سلامة، "صورة الغرب كما يعكسها الإعلام العربي: دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الثامن: الإعلام وصورة العرب والمسلمين، القاهرة، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2002.
15. د. اشراح الشال، القنوات التلفزيونية الفضائية في عالم متغير، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
16. د. طه أحمد الزيدى، د. حسين علوي الطائي، د. بسري خالد إبراهيم، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفناهه، ط 1، عمان، دار النافذ للنشر والتوزيع، 2002.
17. د. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
18. د. عبد الله فتحي الظاهر، د. علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية: في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العراق نموذجا دراسة في النقد والتحليل، ط 1. عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013.
19. د. فاطمة حسين عواد. الإعلام الفضائي. ط 1. عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009.
20. د. فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2003.
21. د. نهوند القادري عيسى، تلفزيون الواقع المتلفز وواقع المشاهدين، دار الثقافة للنشر، تونس، 2008.
22. د. عبد الرزاق محمد الدليمي، عولمة التلفزيون، دار جوير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

23. راجية أحمد قنديل ، صورة اسرائيل في الصحافة المصرية أعوام 1791، 1791، 1792 ، رسالة دكتوراه، غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1931.
24. راجية أحمد قنديل، صورة اسرائيل في الصحافة المصرية أعوام 1974، 1978، 1972 ، رسالة دكتوراه، غير منشورة كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1981.
25. رائد محمد عبد ربه، عاكasha محمد صالح، مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الخبرية للنشر والتوزيع، 2009
26. رضوان محمود، العلاقات العامة في الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
27. رضوان جدي : الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية – المفهوم و الممارسة من خلال صحفيي الهدف ، رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر 3 ، 2011
28. سارة وايت ، أساسيات التسويق ، ط1 ، دار الفاروق للنشر ، مصر .
29. سامي الشريف، الفضائيات العربية: رؤية نقدية، درا النهضة العربية، القاهرة، 2004
30. ستيفن إينز لابير وأخرون، لعبة وسائل الإعلام: السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون، ترجمة: شحدة فارع، ط1 عمان: دار البشير للنشر والتوزيع، 1999.
31. سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية . ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2005
32. شادن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأي العام. ط4، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة،2003.
33. شادن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأي العام . ط4، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة،2003.
- ميكافين، وغروس، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، ترجمة سيد مراد وأخرون، دار وائل للنشر، عمان، 2001.
34. شادن نصیر، صورة الشرطة عند الجمهور: الصورة الذهنية والرأي العام، ط3، ايتراك للنشر والتوزيع، القاهرة،2003.

35. صبان عبلة : تجاوزات أخلاقيات مهنة الصحافة في برامج التحقيقات بالقنوات التلفزيونية الخاصة ، قناة النهار و الشروق شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال ، المدرسة الوطنية للصحافة و علوم الإعلام ، 2014-2015.
36. ط 1، المدينة برس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.
37. عبد العزيز شرف : المدخل إلى وسائل الإعلام: الصحافة، الإذاعة، التمثيليون، السينما، المسرح، أقام إتصالات، دار الكتاب المبني، ط 2، بيروت، 1989.
38. عبد الله شقرور، الاعلام المسموع والمرئي المسموع و مجالات تطويره بالاستفادة من إنجازات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس ، 1991.
39. عبد الله فتحي الظاهر، د. علي أحمد خضر المعتماري، أثر القنوات الفضائية: في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العراق نموذجا دراسة في النقد والتحليل، ط 1، عمان ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، 2013
40. عصام موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري ، ط 4 (إربد: مطبعة الكنانى، 1998).
41. على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، بدون طبعة، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2004.
42. على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، بدون طبعة، عالم الكتب، القاهرة، سنة 2004.
43. على عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب ، ط 12 ، القاهرة، 1997.
44. غسان عبد الوهاب حسن ، الصحافة التلفزيونية ، ط 1 ، دار أسامة لنشر و التوزيع ، عمان ، . 2013
45. فتح الله فاكية ، البرمجة التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية ، دراسة مقارنة بين قناتي الشروق و النهار ، مذكرة مقدمة لنبيل شهادة الماستر ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع ، جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2016 .
46. فرانك مرادي وآخرون، الفضاء العربي: الفضائيات والإنترنت والاعلان والنشر ، ترجمة فريديرييك معنوق، دار قدموس للنشر والتوزيع، دمشق، 2003.
47. فضيل دليو، تاريخ وسائل الاعلام والاتصال، دار الخلدانية، الجزائر ، 2013
48. فهد بن عبد العزيز عسكر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء، ط 1، دار طويق، الرياض، 1994.

49. فهد بن عبد العزيز عسکر، الصورة الذهنية محاولة لفهم واقع الناس والأشياء ، ط1 ، دار طوبق، الرياض، 1993.
50. كبور فاطمة ، بوخاري مليكة : النشرات الإخبارية في الفنون الخاصة : دراسة وصفية تحليلية مقارنة لنشرات الجزائرية tv و النهار TV والتلفزيون العمومي .
51. ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي ، عالم الكتب، القاهرة، 2001.
52. محمد الشطاح : الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى و الجمهور ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2002 .
53. محمد سلطان، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
54. محمد صاحب سلطان ، وسائل الإعلام و الاتصال ( دراسة في التنشئة و التطور ) ، ط1 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012
55. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثيره بالإعلام والدعائية، المجلد الثاني ، مكتبة لبنان ، بيروت ، 1973.
56. المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية ، حزب جبهة التحرير الوطني ، لجنة الإعلام و الثقافة مطبوعات الحزب ، الجزائر ، 1982 .
57. نعيمة موكس ، تأثير موقع التواصل الاجتماعي على الفضائيات العربية ، الفنون الخاصة الجزائرية نموذجا ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص سينما و تلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة ، جامعة الجزائر 3 ، 2014
58. نفيسة نايلي، صورة المرأة من خلال السينما المغاربية، دراسة تحليلية نصية لعينة من الأفلام الجزائرية، التونسية والمغربية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2013.
59. نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ، ط1 ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2008
60. وائل ماهر عارف، صورة مصر في الخطاب الصحفي لمراسلي الصحف ووكالات الأنباء العربية العاملة في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.
61. وليد خوري، النفط وأجهزة الإعلام الغربية في الإعلام الغربي والعربي، أبحاث ومناقشات ندوة الصحافة الدولية، لندن الإمارات وزارة الإعلام والثقافة ، 1979.

مراجع باللغة الأجنبية:

James W-Neuliep, Intercultural communication Acontextual Approach .62

(Boston Houghton Mifflin – company, 2000

Zahir Ihaddaden : Colloque sur la presse écrite au Maghreb, tunis 1-3 .63

décembre ,Edit walf zug , humburg , 1989

.64

الموقع الانكترוני:

65. أهداف القناة : نقل عن موقع :

http://www.echoroukonline.com/live/news/index.html تاريخ الزيارة 14-03-03 على الساعة 10:55

66. نقل عن موقع : نقل عن http://kayfa-how.blogspot.com/2013/08/ennahar-tv- تاريخ الزيارة 17-03-2017 على الساعة 15:10

67. نقل عن موقع : http://numidia-tv.com/?page\_id=38 تاريخ الزيارة 24-04-2017 على الساعة 13:05

68. نقل عن موقع : http://www.elhayatonline.net/article8462.html تاريخ الزيارة 18-03-03 على الساعة 18:20 2017

69. نقل عن موقع : من نحن http://almagharia.tv/html تاريخ الزيارة 17-03-2017 على الساعة 16:32

70. نقل عن موقع : من نحن http://numidia-tv.com/?page\_id=33 تاريخ الزيارة 24-04-2017 على الساعة 14:20

71. نقل من موقع : http://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=2 تاريخ الزيارة : 14-03-2017 ، الساعة 14:40

72. نقل من موقع http://www.echoroukonline.com/live تاريخ الزيارة : 17-03-2017 على الساعة 10:27

<http://satnilesatnews.blogspot.com/2015/05/El-Hogar-News.html?m=1> . 73

تاریخ الزيارة 26-04-2017 على الساعة 16:25 .

#### مجلات ووثائق:

74. أبو علي نصیر، البارايل والجمهور في الجزائر، مجلة علوم الاتصال، مطبعة مهد الاعلام والاتصال، العدد 89، الجزائر، 1995.

75. الإعلام و الثقافة في الجزائر 1962-1982 ، وثائق تشريعية ، منشورات وزارة الإعلام الجزائرية 1981 .

# **قائمة الملاحق**

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان بعنوان :

"صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها " قناة النهار نموذجا "

دراسة ميدانية على طلبة الاعلام والاتصال - جامعة قالمة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستير نظام LMD في تخصص اتصال و علاقات عامة .

اعداد الطلبة : اشراف الأستاذة :

بوزيدة فiroز

• ايمان زويدي

• قاسي علاء الدين

• بوغاتي ادريس

ملاحظة : هذه المعلومات خاصة بالبحث و لا تستخدم إلا لأغراض علمية لذا نرجو الإجابة بكل موضوعية .

يرجى وضع علامة (x) في الخانة المناسبة .

يمكن الإجابة على أكثر من احتمال .

السنة الجامعية: 2016-2017

الاستماراة:

المحور الاول : البيانات الأولية .

1- الجنس :

انثى

ذكر

2- السن :

من 22 الى 25

من 18 الى 21 سنة

من 26 فما فوق

3- المستوى الجامعي :

سنة الثانية إعلام و إتصال

السنة الثالثة اتصال

سنة ثلاثة اعلام

سنة أولى ماستر اتصال و علاقات عامة

سنة ثانية ماستر تكنولوجيا

سنة أولى ماستر تكنولوجيا

السنة الثانية ماستر اتصال و علاقات عامة

المحور الثاني : عادات و أنماط المشاهد الجزائري في مشاهدة القوات الجزائرية الخاصة.

4- هل تشاهد القوات الجزائرية الخاصة ؟

نادرا

أحيانا

دائما

5- ما هي المدة الزمنية التي تقضيها في المشاهدة يوميا ؟

من ساعة الى ساعتين

أقل من ساعة

أكثر من 4 ساعات

من 3 ساعات الى 4 ساعات

6- مع من تفضل مشاهدتها ؟

مع الأصدقاء

مع العائلة

بمفردك

7- ماهي الوسيلة المفضلة لديك لمشاهدتها ؟

الهاتف النقال

التلفزيون

لوحة الالكترونية

..... أخرى تذكر .....

8- ما هي القنوات الجزائرية الخاصة التي تفضل مشاهدتها ؟ (رتبتها حسب الأهمية من 1 - 9 )

سميرة تي في

الشروق

النهار

البلاد

الجزائرية

الهدف

نوميديا نيوز

دازير تي في

KBC الخبر

9- ما نوع البرامج التي تفضل مشاهدتها عبر القنوات الجزائرية الخاصة ؟

البرامج الثقافية

المسلسلات و الافلام

الاخبار

البرامج الدينية

الاغاني و المنوعات

البرامج الترفيهية

الرياضة

المحور الثاني : عادات و انماط مشاهدة المشاهد الجزائري لقناة النهار تي في .

10- هل تشاهد قناة النهار تي في ؟

نادرا

احيانا

دائما

11- ما هي المدة التي تقضيها في مشاهدتها ؟

من ساعة الى ساعتين

اقل من ساعة

أكثر من 4 ساعات

من 3 ساعات الى 4 ساعات

١٢ - ما هو الوسيط الاعلامي الذي تشاهد عبره قناة النهار ؟

- اللوحة الالكترونية       الهاتف الذكي       التلفزيون

..... أخرى تذكر .....

١٣ - ما هي دوافعك لمشاهدة قناة النهار ؟

- التسلية و الترفيه       الاطلاع على الاخبار

- التثقيف و التعليم       التفاعل

..... أخرى تذكر .....

١٤ - متى و انت تشاهد قناة النهار ؟

- أكثر من ٠٣ سنوات       من سنة الى ٠٣ سنوات       أقل من سنة

١٥ - هل تلبي قناة النهار حاجياتك كمتلقي ؟

- الى حد ما       لا       نعم

١٦ - ما هي اوقاتك المفضلة لمشاهدة قناة النهار تي في ؟

- الفترة الليلية       الفترة المسائية       الفترة الصباحية

١٧ - ما الذي يجعلك تشاهد قناة النهار " تي في " ؟

- أداء و كفاءة الاعلاميين       المضامين

المصداقية و الموضوعية في نقل الحدث

..... أخرى تذكر .....

المحور الثالث: صورة القنوات الجزائرية الخاصة و منها قناة النهار لدى المشاهد الجزائري .

18- هل تشكلت لديك صورة محددة للقنوات الجزائرية الخاصة ؟

الى حد ما       لا       نعم

19- ما هي طبيعة هذه الصورة ؟

محابية       سلبية       ايجابية

20- هل تشكلت لديك هذه الصورة من خلال ؟

نتيجة التفاعل مع الآخرين       التجربة الفردية

طبيعة المضامين       شهرة القناة

..... أخرى تذكر .....

21- هل تعتقد ان لكثافة التعرض علاقة بتحديد الصورة نحو هذه القنوات؟

نادر       احيانا       دائما

22- هل قدمت هذه القنوات الجزائرية الخاصة اضافة نوعية للساحة الاعلامية بالجزائر؟

الى حد ما       لا       نعم

23- برأيك ، هل تعد هذه القنوات منافسا للقنوات العربية الاخري في اجتذاب المتلقي الجزائري ؟

الى حد ما       لا       نعم

24- هل تعد القنوات الجزائرية الخاصة إعلام خبر ؟

الى حد ما       لا       نعم

25- هل تؤيد فكرة ان القنوات الجزائرية الخاصة ذات مضمون مشابه من خلال البرامج التي تعرضها؟

محايد

معارض

مؤيد

26- هل تعتقد ان قناة النهار تحقق السبق الصحفي في نقل الاخبار ؟

الى حد ما

لا

نعم

27- هل تعتقد ان قناة النهار صورة طبق الاصل عن الجريدة الورقية؟

الى حد ما

لا

نعم

28- هل ترى ان قناة النهار تعتمد كثيرا على اخبار الاثارة و الدعاية من اجل جذب المشاهد؟

نادرًا

أحياناً

دائماً

29- حسب رأيك هل تعتقد ان قناة النهار " تي في " هي قناة موضوعية ؟

الى حد ما

لا

نعم

30- برأيك ، هل يمكن اعتبار قناة النهار القناة الاخبارية الاولى بالجزائر؟

لا أدرى

لا

نعم

31- هل ترى ان قناة النهار تعتمد على كوادر اعلامية ذات كفاءة عالية ؟

الى حد ما

لا

نعم

32 - هل ترى أن البرامج المقدمة في قناة النهار "تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري؟

نادراً

أحياناً

دائماً

33 - هل ترى ان المواقف التي تطرحها قناة النهار تسير وفق اجندة سياسية معينة؟

لا

نعم

34 - هل تعتقد ان القنوات الجزائرية الخاصة و منها قناة النهار لا تتمتع بقدر كاف من الحرية في التعبير؟

لا

نعم

35 - هل تؤيد فكرة ان قناة النهار تقدم مضموناً اعلامياً هابطة لا ترقى الى ذوق المشاهد الجزائري؟

محايده

معارض

مؤيد

36 - هل تؤيد فكرة ان القنوات الجزائرية الخاصة لا تعد افتاحاً حقيقياً للسمعي البصري كما كان متوقعاً؟

محايده

معارض

مؤيد

## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها ، والتي تلعب دورا هاما في حياة الفرد الجزائري، بل أصبحت تشكل محورا من محاور حياته وتساهم في تغيير آرائه وتوعيته، كما أخذت القنوات الخاصة الجزائرية معنى جديد تعكسه من خلال البرامج التي تبثها والتي أصبح لها أثر واضح وظي على المجتمع الجزائري ، فهي أحد عوامل الاراج المعرفي للجمهور.

هدفت الدراسة للكشف عن التصورات المبنية لدى المتلقي إزاء تعرضه لمختلف المضامين و المواد الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة بشكل عام وقناة النهار " تي في " بشكل خاص، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي لتناسبه و الدراسة باعتباره المنهج الذي يدرس مختلف الأحداث والظواهر والآراء و يقوم بتحليلها وتفسيرهاو من ثم الوصول الى مجموعة من الاستخلاصات و الاستنتاجات، كما كانت الاستماراة هي الإدارة الرئيسية لجمع البيانات و المعلومات ، والتي اعتمدنا عليها في دراستنا الميدانية ، بعد توزيعها على عينة البحث أو الدراسة باستخدام العينة القصدية ، و اشتمل مجتمع الدراسة على طلبة قسم الاعلام والاتصال -جامعة 08 ماي 1945- قالمة بكلية سويداني للعلوم الإنسانية والاجتماعية

وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- التعرض للمضامين الإعلامية يؤدي الى تكوين تصورات وانطباعات جديدة لدى المتلقي أو المشاهد .
- هناك تصورات متكونة لدى المشاهد من خلال تعرضه للقنوات الجزائرية الخاصة .
- لم تساهم قناة النهار " تي في " في تغيير اراء الجمهور .

## **Summary of the study:**

This study addressed the image of the Algerian private channels in their audience Which plays an important role in the life of the Algerian citizen, Where it has become a focal point of his life And contribute to changing his views and awareness Algerian private channels have also taken on a new meaning that reflects them through the programs they broadcasting Which has a clear and visible impact on Algerian society . It is considered as one of the factors of public knowledge.

The study aimed to reveal perceptions built the recipient about the exposure to different content and information materials for the Algerian private channels In general and el NAHAR "TV" in particular Where the researcher used the descriptive method in his study as a curriculum that examines different events, phenomena, attitudes, and opinions and analyses and interpretation and then access to a range of analyzes and conclusions , The researcher used in his study the questionnaire for collected data and information in his research after he distributed it to a sample of a group of students from Department of information and Communication sciences at the University of May 08, 1945 in Guelma ,

The most important result found by this study is :

- Exposure to media content Leads to the formation of new perceptions and impressions in a receiver or viewer.
- There are perceptions created in the viewer Through his exposure to the Algerian private channels.
- Al-Nahar TV did not change public opinion of the audience .